



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
VASA YRKESHÖGSKOLA
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

LIECHTENSTEIN LANDSPROFIL

Guide för företagets internationaliseringsprocess

Malin Kastus-Dalloul & Karin Eliasson

2011

FÖRORD

Det här lärdomsprovet har skrivits vid Vasa Yrkehögskola inom utbildningsprogrammet företagsekonomi med inriktningsalternativet internationell handel. Arbetet är påbörjat hösten 2010 och avslutat under våren 2011. Helena Blomquist har fungerat som handledare. Vi vill tacka henne samt Noolans grundare, Marja Rak, för all hjälp vi fått under tiden vi arbetat med lärdomsprovet.

Arbetet är en landsprofil för Liechtenstein och en guide för företag att ta sig in på marknaden.

Vasa den 10 februari 2011

Karin Eliasson

Malin Kastus-Dalloul

VASA YRKESHÖGSKOLA

Utbildningsprogrammet för företagsekonomi och turism

Inriktningalternativ internationell handel

ABSTRAKT

Författare	Karin Eliasson och Malin Kastus-Dalloul
Lärdomsprovets titel	Liechtenstein landsprofil
År	2011
Språk	Svenska
Antal sidor	87 + 3
Handledare	Helena Blomquist

Syftet med det här lärdomsprovet är att sammanställa en landsprofil för Liechtenstein. Arbetet skall fungera som en guide för företag som vill etablera sig på marknaden i Liechtenstein. Arbetet skall också stöda internationaliseringen och tillföra information. Lärdomsprovets huvuddel består av teori och fakta medan den empiriska delen är en internationaliseringsguide för ett specifikt företag.

Den empiriska delen av arbetet undersöker ett företag i Österbotten som skulle kunna tänka sig börja idka handel med Liechtenstein. Denna guide för det företaget hoppas vi kan hjälpa även andra företag att komma in på Liechtensteins marknad.

Informationen till lärdomsprovet är främst hämtad från internet eftersom det finns väldigt litet skrivet om Liechtenstein i böcker. Arbetet består av ett antal huvudrubriker och erbjuder grundlig dagsaktuell information om Liechtenstein som handelsmarknad.

Resultatet av undersökningen visar att det utvalda företaget passar marknaden i Liechtenstein, och har goda möjligheter att börja expandera sitt varumärke till furstendömet.

VAASA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

The educational program of Business economics

International Business

ABSTRACT

Authors	Karin Eliasson and Malin Kastus-Dalloul
Topic	Liechtenstein Country Profile
Year	2011
Language	Swedish
Number of pages	87 + 3
Supervisor	Helena Blomquist

The purpose of this thesis is to compile a country profile of Liechtenstein. The project aims to be a guide for companies who wants to get into the market in Liechtenstein. The thesis also supports internationalization and provides information. The main part of the thesis consists of theory and facts while the empirical part is an internationalization guide for a particular company.

The empirical part investigates one company in Ostrobothnia who could establish a trade with Liechtenstein. We hope that this guide for that company also can help other organizations to get into to market in Liechtenstein.

The information we have used is mainly gathered from the Internet due to the lack of literature about this topic. The thesis consists of a number of headlines and offers basic up-to-date information about Liechtenstein as a trade market.

The result shows that the chosen company fits for the market in Liechtenstein and has good potential to expand their brand to the principality.

BILDFÖRTECKNING

Bild 1. Liechtensteins kommuner s. 16

Bild 2. OSSE:s medlemsländer. s 37

DIAGRAMFÖRTECKNING

Diagram 1. Liechtensteins åldersstruktur år 2010. s 19

Diagram 2, 3 och 4. Liechtensteins agrikultur-, industri- och services nivå jämfört med Tyskland, Österrike och Schweiz s 24

Diagram 5. Energiförbrukning/ import år 2008. s 27

Diagram 6. Arbetskraften i Liechtenstein 2010. s 28

Diagram 7. Liechtensteins export. s 50

TABELLFÖRTECKNING

Tabell 1. LCCI- Liechtenstein Chamber of Commerce and Industry. s 36

INNEHÅLL

FÖRORD.....	2
ABSTRAKT	3
ABSTRACT	4
BILDFÖRTECKNING	5
DIAGRAMFÖRTECKNING.....	5
TABELLFÖRTECKNING	5
1 INLEDNING	11
1.1 Val av ämne och avsikten med lärdomsprovet	11
1.2 Syfte.....	11
1.3 Problemområde.....	12
1.4 Avgränsningar	12
1.5 Metoder.....	13
TEORETISK DEL	14
2 ALLMÄNT OM LIECHTENSTEIN	14
2.1 Historia	14
2.2 Liechtenstein idag.....	15
2.3 Geografi	15
2.4 Politik	17
3 KULTUREN I LIECHTENSTEIN	19
3.1 Befolkning och språk.....	19
3.2 Konst, musik och teater	20
3.3 Sport	21
3.4 Affärskulturen i Liechtenstein	21
3.5 Ledarstil	22
3.6 Affärsmöten.....	22
3.7 Teamwork	22
3.8 Kommunikationsstil	23
3.9 Dresskod	23

4	NÄRINGSLIV	24
4.1	Turism.....	25
4.2	Jordbruk	25
4.3	Skogsbruk	26
4.4	Bergsbruk	26
4.5	Naturresurser och energi.....	26
4.6	Industri.....	27
5	INFRASTRUKTUR.....	29
5.1	Vägar	29
5.2	Tåg och bussar	30
5.3	Flyg.....	30
5.4	Media	31
5.4.1	Tidningar	31
5.4.2	Radio och TV	31
5.4.3	Internet och telefon.....	32
6	EKONOMI.....	33
6.1	Allmänt om Liechtenstein ekonomi	33
6.2	Nationella organisationer.....	34
6.3	Internationella organisationer	36
6.3.1	OSSE – Organisationen för säkerhet och samarbete i Europa	36
6.3.2	FN – Förenta nationerna.....	38
6.3.3	WTO – Världshandelsorganisationen	38
6.3.4	Övriga internationella organisationer	39
6.4	Banksystem.....	39
6.5	Banksekretess	40
7	BESKATTNINGSLAGSTIFTNING.....	42
7.1	Företagsbeskattning av juridiska personer	42
7.2	Övriga skatter	43
7.3	Mervärdesskatten.....	43
8	FÖRHÅLLET TILL EUROPEISKA UNIONEN	45
9	FÖRHÅLLET TILL SCHWEIZ	47
9.1	Tullunion	47

9.2	Valutaunion	48
9.3	Patentskyddsunion.....	48
10	HANDEL	49
10.1	Export	50
10.2	Import	51
10.3	Handelshinder och handelsdokument	51
10.3.1	Handelsfaktura	52
10.3.2	Ursprungsregler	53
10.3.3	Special intyg och krav	54
10.3.4	Tullning, lagerhantering och ATA- carnet.....	55
11	EXPORTMETODER	56
11.1	Återförsäljare	56
11.2	Agent	57
11.3	Kommissionär.....	59
11.4	Egen affär	59
11.5	Marknadsföring	60
11.5.1	Personlig promotion	60
11.5.2	Mässor	61
11.5.3	Varumärken.....	62
	EMPIRISK DEL	63
12	SYFTE OCH INNEHÅLL.....	63
13	NOOLAN.....	64
13.1	Produkter och kunder	65
13.2	Internationellt	66
13.3	Marknadsföring	66
13.4	Framtidsplaner	67
13.5	Noolan till Liechtenstein	68
13.5.1	Återförsäljare.....	68
13.5.1.1	Boutique Cinderella	69
13.5.1.2	Brogle Fashion	70
13.5.1.3	Faoro Moda	71

13.5.2	Agent	71
13.5.3	Kommissionär	72
13.5.4	Egen affär	72
13.5.5	Marknadsföring	73
13.5.5.1	Personlig promotion.....	73
13.5.5.2	Mässor	74
13.5.5.3	Varumärken.....	75
13.6	Slutsats.....	76
14	SLUTORD	78
15	KÄLLFÖRTECKNING	80
15.1	Elektroniska databaser	80
15.2	Tryckta verk.....	86
15.3	Intervjuer	86
16	KÄLLKRITIK.....	87

FÖRTECKNING ÖVER BILAGOR

Bilaga 1. Intervjufrågor – Marja Rak

Bilaga 2. Viktiga internetkällor

Bilaga 3. Karta över Europa och Liechtensteins flagga

1 INLEDNING

I detta kapitel presenteras valet av ämne, avsikten med lärdomsprovet, syfte, problemområde och avgränsningar, samt metoder som vi använt i arbetet.

1.1 Val av ämne och avsikten med lärdomsprovet

En orsak till att vi har valt att skriva en landsprofil om Liechtenstein är att vi båda har spenderat fem månader som utbytesstudenter vid Hochschule Liechtenstein under våren 2010. Skolan finns i Liechtensteins huvudstad Vaduz. Under vår utbytesperiod blev vi intresserade av hur, ett av världens minsta länder har lyckats bli så framgångsrikt inom ekonomisektorn och hur deras utlandshandel påverkas av deras val att inte vara en del av den Europeiska unionen.

Avsikten med lärdomsprovet är att sprida information om det lilla landet med stort potential och att ta reda på hur, ett finskt företag kunde gå tillväga för att komma in på marknaden i Liechtenstein. Det är inte lätt att få tillgång till information om landet, speciellt ny uppdaterad information. Det som vi har funnit och som är väsentligt för detta arbete finns endast att få på engelska eller tyska. Tryckta verk finns, men informationen i dem är föråldrad. De fåtal böcker vi fann var tryckta på 1970-talet och därför bestämde vi oss för att till största delen förlita oss på internetkällor.

I dagens läge finns det inga eller väldigt få finska företag verksamma i Liechtenstein. Därför har vi valt att skraddarsy hela internationaliseringsprocessen för ett specifikt företag. Utgående från detta företag hoppas vi ge vägledning om hur ett finskt företag kunde gå tillväga för att komma in på Liechtensteins marknad.

1.2 Syfte

Främsta syftet med lärdomsprovet är att sammanställa uppdaterad information om Liechtenstein för företag och väcka intresse för marknaden. Vi vill bland annat ha svar på följande frågor:

- Hurudan nation är furstendömet Liechtenstein gällande politik, geografi, befolkning, ekonomi, kultur osv.?
- Hur är det att vara verksam i ett land som inte är medlem i den Europeiska Unionen?
- Hur påverkar det nära förhållandet till Schweiz Liechtenstein?
- Hur fungerar transporten utan flygplats och hamn?
- Vilka handelsavtal och handelshinder finns det?
- Finns det språk- och kulturhinder?
- Hur fungerar politiken och hur är arbetskraften uppbyggd med så få invånare?

Den främsta frågan vilken den empiriska delen bygger på är:

- Hur skall ett finskt företag gå tillväga för att komma in på marknaden i Liechtenstein?

1.3 Problemmråde

Problemmrådet är helt enkelt furstendömet Liechtenstein och nationens utrikesförhållanden. Liechtenstein är ett litet land, vilket gör det möjligt att gå ganska mycket in på detaljer. Eftersom företaget vi samarbetat med verkar inom modebranschen, fokuserar vi på en marknadsplan just inom det området.

1.4 Avgränsningar

Vi kommer att fokusera på de ekonomiska perspektiven, kulturen, Schweiz påverkan och möjligheterna för ett utvalt företag att etablera sig i Liechtenstein. Vi vill finna etableringsstrategier som företaget kan ta i beaktande för att lyckas på den Liechtensteinska marknaden. Därmed blir det mest en guide för företag i samma bransch men vi hoppas ändå att andra finska företag skall ha nytta av vårt lärdomsprov och lära sig mer om landet.

1.5 Metoder

Vi har använt oss av en kvalitativ metod i det här arbetet. Vi har gjort en lång och grundlig intervju med VD:n, grundaren och huvuddesignern för företaget Noolan, Marja Rak. Före intervjun förberedde vi oss med frågor, som kan hittas som bilaga (bilaga 1). Under intervjun kom det fram mycket annat intressant som vi diskuterade. För att inte distraheras av anteckningar och papper då vi träffade Rak, använde vi oss av en bandspelare som vi lånat från Vasa Yrkeshögskola. Efter intervjun skrev vi ner allt vi fått fram och började skriva på den empiriska delen av arbetet.

TEORETISK DEL

2 ALLMÄNT OM LIECHTENSTEIN

2.1 Historia

Arkeologiska fynd visar att området där nuvarande furstendömet Liechtenstein är beläget var bosatt redan 5000 år f.Kr. Under en lång period kunde människan endast bosätta sig på de högre höjderna eftersom floden Rehn bredde ut sig i dalarna.

<URL:<http://www.liechtenstein.li/> >

På 400-talet, under romarikets tid, bosatte sig germanska alemanner i området där Liechtenstein nu ligger. Regionen kom senare att ingå i det tysk-romerska riket som sträckte sig över den centrala delen av Europa mellan åren 962 – 1806. I mitten av 1300-talet härskade greve Hartman III över grevskapet Vaduz, vilket i dagens läge är Liechtenstein huvudstad.

<URL <http://www.landguiden.se/>>

De två grevskapen, Schellenberg och Vaduz, har inte förändrat sina gränser sedan år 1434. Gränserna runt dessa regioner är samma gränser som utgör landet idag. En furstefamilj från Österrike vid namn Liechtenstein köpte grevskapen och sammanförde senare de två områden år 1719. 1861 öppnades den första banken i Liechtenstein och den första nationella tidningen kom ut 1862. <URL:<http://www.liechtenstein.li/>> Fyra år senare blev Liechtenstein en självständig stat, som hade ett nära förhållande till grannlandet Österrike. Då första världskriget var slut hade Österrike blivit ekonomiskt svagt och Liechtenstein ingick en mynt-, post- och tullunion med Schweiz. Detta var början till ett långt samarbete länderna emellan. <URL:<http://www.landguiden.se/>>

År 1938 blev Furst Franz Josef II den förste fursten i Liechtenstein. Redan under andra världskriget grundades de första nyindustrierna och åren efter kriget hade en

stor betydelse för industrins utveckling. Under de följande årtiondena utvecklades Liechtenstein från ett fattigt jordbruksland till ett modernt ekonomiskt samhälle. De främsta orsakerna till detta var tullunionen med Schweiz, den nya valutan Schweiziska franc, stabiliteten i politiken och samhället och en liberal ekonomisk organisation med ett fungerande skattesystem.

<URL:<http://www.liechtenstein.li>>

2.2 Liechtenstein idag

Under de senaste femtio åren har Liechtenstein genomgått en otrolig ekonomisk och kulturell utveckling, detta trots sin storlek som Europas fjärde minsta stat. Idag är nationen ett av världens högst industrialiserade länder, men lyckas ändå behålla sin renhet i naturen. Inga stora rykande skorstenar förstör landskapsbilden. Sedan andra världskriget har även befolkningen mer än fördubblats i antal.

<URL:<http://en.welcome.li/liechtenstein.html>>

Liechtenstein har den högsta inkomstnivån per invånare i världen och landet har ett stort antal små företag. Tullunionen med Schweiz och användningen av samma valuta gör det enkelt för företagarna att handla med Schweiz.

<URL:<https://www.cia.gov/>>

Liechtenstein har ändå inte helt kunnat undvika den senaste finansiella krisen. Importen har minskat märkbart och arbetslösheten har ökat. Det här beror på att de flesta industriella produkterna exporteras vilket gör att Liechtenstein enkelt påverkas av andra länders ekonomi. Speciellt påverkar Schweiz, Tyskland och USA landets ekonomiska situation.

<URL:<http://www.liechtenstein.li/>>

2.3 Geografi

Furstendömet Liechtenstein är till ytan 160 km² och har ungefär 35000 invånare. Det finns inga kustgränser eller sjöar. Landet ligger i alperna och gränsar mot

Schweiz i syd och väst, och mot Österrike i öst och norr. Gränsen runt landet är 76 kilometer. <URL:<http://www.liechtenstein.li/>>. Liechtenstein ligger 435 meter över havet och högsta berget är Drei Schwestern vars högsta topp, Vorder Grauspitz, når 2599 meter över havet. <URL: <http://www.landguiden.se/>>

Huvudstaden Vaduz med cirka 5100 invånare är inte den folkrikaste staden i Liechtenstein eftersom grannstaden Schaan har 5800 invånare. <URL:<http://www.landguiden.se/>> Liechtenstein har elva kommuner som delas upp i två huvudområden, Oberland och Unterland. De elva kommunerna är Vaduz, Balzers, Planken, Schaan, Triesen, Triesenberg, Eschen, Gamprin, Mauren, Ruggell och Schellenberg. Dalen vid floden Rehn täcker hälften av Liechtensteins yta och utgör jordbruksdelen av landet eftersom resten består av berg. I mitten av riket möts alperna från väst och alperna från öst.



Bild 1. Liechtenstein kommuner <URL:<http://www.liechtenstein.li/>>

Klimatet i Liechtenstein varierar inte från norr till söder. Variationen märks mer utgående från om man mäter nederbörd och temperaturen uppe i bergen eller nere i dalarna. Även om bergen är höga anses klimatet i Liechtenstein vara mildt. Detta beror på den stora påverkan från den varma vinden söderifrån. Denna vind kallas "Föhn" och gör det möjligt att odla vindruvor i bergssluttningarna som är riktade ner mot floden Rehn.

<URL:<http://www.liechtenstein.li/>>

2.4 Politik

Ända sedan år 1921 har Liechtenstein varit en konstitutionell monarki, där fursten har högsta positionen. Furstendömet är det enda landet med monarki i Europa där fursten verkligen har stor makt och vars makt har stärkts ännu mer under de senaste åren. Fursten kan både tillsätta och avsätta regeringen, lägga in veto mot lagförslag och utse domare. Titeln som furste går i arv på den manliga sidan inom furstefamiljen. Liksom i Schweiz finns en form av direktdemokrati där medborgarna har stora politiska rättigheter. Medborgarna kan lägga fram lagförslag eller begära en folkomröstning om ett beslut parlamentet har gjort, men då måste 1000 personer eller tre av kommunerna stå bakom.

Parlamentet, eller lantdagen, har 25 ledamöter som blir utvalda vart fjärde år i ett allmänt val. Kvinnor fick rösträtt först år 1984. Lantdagen och fursten har den lagstiftande makten och regeringen har fem medlemmar som fursten utser. Båda de dominerande partierna i Liechtenstein, Fosterlandsunionen (Vaterländische Union) och Borgerliga framstegspartiet (Fortschrittliche Bürgerpartei), är konservativa, katolska och monarkistiska. Det tredje största partiet är Fria Listan (Frei List). Under högsta domstolen finns två nivåer i domstolsväsendet. Det finns även en förvaltningsdomstol och en författningsdomstol.

<URL:<http://www.landguiden.se/>>

År 1978 gick Liechtenstein med i Europarådet, 1990 blev landet medlem i FN (Förenta Nationerna), året därefter fick Liechtenstein medlemskap i EFTA

(Europeiska frihandelsammanslutningen) och år 1995 i EES (Europeiska ekonomiska samarbetsrådet) och WTO (Världshandelsorganisationen).

<URL:<http://en.welcome.li/liechtenstein.html>>

Liechtenstein har fått mycket kritik från utlandet för sin ställning som ”skatteparadis”. Landet har infört striktare lagar för att förhindra ekonomiskt brottslighet, men det förekommer fortfarande utnyttjande av systemet för att undkomma skatter. Trots EU:s påtryckningar om att få EU-medborgarnas information om ränteinkomster och OECD:s hot om sanktioner håller regeringen i Vaduz landets banksekretess. Det har dock hänt att skatteinformation läckt ut i Europa vilket ledde till nya påtryckningar. Mer om detta i kapitel sex där ekonomin behandlas närmare.

<URL:<http://www.landguiden.se/>>

3 KULTUREN I LIECHTENSTEIN

Den liechtensteinska kulturen har under tidens gång influerats av bland annat andra nationer, internationella organisationer och kulturellt samarbete. I dagens Liechtenstein har man inte någon egen specifik kultur utan man delar kulturdrag med Tyskland, Schweiz och Österrike. <URL:http://ec.europa.eu/> Även om landet har starka influenser från grannländerna så är den egna kulturen ytterst viktig för furstendömet. Endast på kulturen satsar den Liechtensteinska staten 27 miljoner franc årligen (cirka 20 miljoner euro). <URL:http://www.liechtenstein.li/>

3.1 Befolkning och språk

Liechtenstein är till arealen ett litet land, vilket gör att landet inte har så många invånare. År 2010 hade furstendömet 34 761 invånare. Av dessa var 65,6 procent av befolkningen Liechtensteinska medborgare medan resten, 34,4 procent, var av annan nationalitet. Åldersstrukturen i landet är följande; 16,6 procent är mellan åldern 0-14, 69,4 procent i mellan åldern 15- 64 och resten, 13,9 procent är 65 år och äldre. Enligt statistik så föder den Liechtensteinska kvinnan i genomsnitt 1,53 barn och förväntade livslängden för män är 77 år och för kvinnor 83 år.

<URL:https://www.cia.gov/>

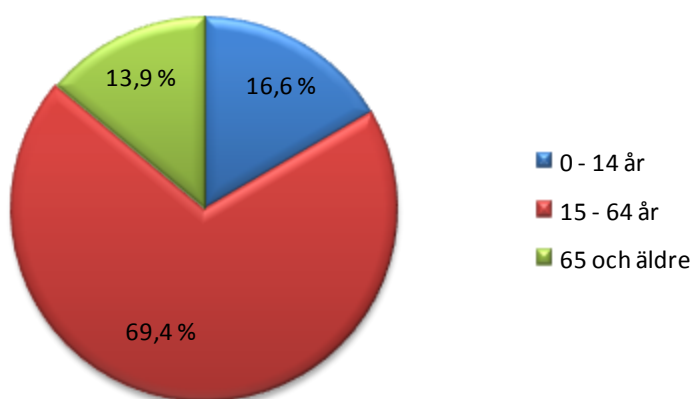


Diagram 1. Ålderstrukturen år 2010 <URL:https://www.cia.gov/>

Liechtenstein driver en hård immigrationspolitik. Nationen vill stabilisera andelen utlänningar till en tredjedel av den totala befolkningen, därför får endast 56 personer Liechtensteinskt medborgarskap varje år. Denna hårda immigrationspolitik är möjlig på grund av deras avtal med EES angående restriktioner när det gäller den fria rörelsen av folk i landet.

Största delen av Liechtensteins befolkning är katoliker. Enligt statistik från år 2000 var 78,4 procent katoliker, 8,3 % protestanter, 4,8 % muslimer och 8,5 % hade annan religion.

<URL:<http://www.liechtenstein.li/>>

Det officiella språket i Liechtenstein är tyska. Dock har landet en väldigt specifik dialekt som i mångas öron kan tyckas vara svårförståelig. Liechtenstein hör till den så kallade alemanniska språkliga regionen, men inom landet finns även lokala dialekter beroende varifrån personen härstammar. Utgående från dialekten kan man avgöra från vilken ort personen kommer ursprungligen. <URL:<http://www.liechtenstein.li/>> Totalt talar 90 procent av Liechtensteins befolkning alemannisk tyska, resterande 10 procenten talar bland annat italienska och turkiska. Även engelska talas i landet, speciellt vid affärsmöten är engelska vanligt förekommande. <URL:<http://www.lowtax.net/>>

3.2 Konst, musik och teater

I Liechtenstein finns det ett flertal museer, till exempel det nationella museet, postmuseet och skidmuseet samt "museum of fine arts". Furstendömet har också bevarat ett flertal byggnader som härstammar från senaste sekelskiftet samtidigt som staten även satsat mycket på nya moderna visuella konstverk som kan besökas på ett flertal orter i landet. Konst är ytterst viktigt för Liechtenstein och därför kan man även finna "the School of Art", som är en utbildningsinstitution inom konst för vem som helst, allt från barn till vuxna.

Med tanke på landets storlek så erbjuds det mängder av orkestrar, körer, band och musikföreningar att delta i för musikintresserade. För de som bara vill lyssna finns det mängder av konserter att besöka under året. Även när det gäller teater och

teaterkonst så erbjuds det möjlighet att besöka och medverka i landets teatrar. De största teatrarna i Liechtenstein finns i Vaduz och Schaan.

<URL:<http://www.liechtenstein.li/>>

3.3 Sport

Sport är väldigt populärt bland Liechtensteins befolkning. Enligt landets officiella hemsida är Liechtenstein ett av de topp länder när det kommer till andelen invånare som är aktiva i någon form av sport. Enligt statistik är 45 procent av den liechtensteinska befolkningen aktiva inom sporten, speciellt fotboll är populärt.

<URL:<http://www.liechtenstein.li/>>

3.4 Affärskulturen i Liechtenstein

Liechtenstein är starkt påverkad av grannländerna. Speciellt Schweiz har starka influenser på furstendömet. Detta beror det intensiva samarbetet över landsgränserna. Som exempel har de gemensam tullunion, valuta, diplomatisk representation, och Schweiz ansvarar även för Liechtensteins försvar. Schweiz inverkar även på den sociala infrastrukturen och affärlivet i furstendömet, vilket gör att affärskulturen i stort sett är samma i både Liechtenstein och Schweiz.

<URL:<http://www.lowtax.net/>>

Liechtenstein är ett litet land, vilket kanske är orsaken till att människorna där värdesätter personlig kontakt med sina affärspartners. För den som vill gör affärer i Liechtenstein är det ytterst viktigt att personen i fråga har lokalkännedom så att han eller hon på ett enkelt sätt kan uppnå en personlig relation med deras affärspartner. Generellt sätt är människorna i Liechtenstein väldigt formella, som exempel används inte förnamn vid affärsmöten. Även om engelska talas i landet, kan det vara nyttigt att ha någon form av tyska kunskaper för att vara säker på att inga missförstånd uppstår.

<URL:<http://www.businesslink.gov.uk/>>

3.5 Ledarstil

En företagsledare eller en högt uppsatt VD i ett Liechtensteinskt företag väljer ofta att hålla en något lägre profil än vad som kan anses vara vanligt för ett sydeuropeiskt land. För den Liechtensteinska ledaren är det ytterst viktigt att vara reserverad, objektiv och bevara en normal nivå genom att inte utnyttja sin position som ledare för att få sin agenda igenom. Istället diskuterar man och tar i beaktande de övriga arbetarnas åsikter.

För att få auktoritet i ett Liechtensteinskt företag bör man arbeta hårt, man ska bevisa att man har den relevanta kunskapen. Speciellt teknisk kunskap och akademiska kvalifikationer ger respekt och det är ofta dessa två kriterier som tas i beaktande vid anställning av företagsledare.

Af<URL:http://www.worldbusinessculture.com/>

3.6 Affärsmöten

Affärsmöten i Liechtenstein kan vara av olik storlek och form, men formaliteten under mötet är ytterst viktig. Möten i Liechtenstein är oftast väldigt strukturerade, man gör upp en agenda som ska följas under mötets gång. De förväntar sig även att man ska vara i tid till mötet och vara välförberedd så att man aktivt kan delta och kunna försvara sina synpunkter. Det är viktigt att man inte ödslar någon annans persons tid utan respekterar alla deltagare i affärsmötet.

<URL:http://www.worldbusinessculture.com/>

3.7 Teamwork

Teamwork uppskattas i Liechtenstein, men individen vill samtidigt ha möjligheten och friheten att arbeta individuellt så att han eller hon kan fullgöra sina arbetsuppgifter på ett bra sätt. Teamets främsta uppgift är att stöda och hjälpa varandra om så behövs.

<URL:http://www.worldbusinessculture.com/>

3.8 Kommunikationsstil

Som tidigare nämnts så är det bra att ha goda tyska kunskaper när man gör affärer i Liechtenstein, så att inga missförstånd kan uppstå mellan affärspartnerna. Liechtensteinare uppskattar om man är klar på sak, att det man säger så menar man verkligen. Man ska också vara direkt med sina synpunkter och använda sig av allmogliga fraser och ord så att alla kan förstå vad personen ifråga menar.

<URL:<http://www.worldbusinessculture.com/>>

3.9 Dresskod

Klädsstilen under affärsmöten varierar beroende på vilket sammanhang det handlar om. Vid vanliga företagsmöten kan man vara klädd mer informellt, man begränsar inte sig till endast mörka kostymer som bland annat föredras i Asien, utan kan klä sig något ledigare. Gällande möten inom banksektorn förväntas klädseln och formaliteten vara något striktare, då är det kostym som gäller som klädesstil.

<URL:<http://www.worldbusinessculture.com/>>

4 NÄRINGS LIV

Utvecklingen i Liechtensteins näringsliv har skett snabbt. Bara på några år har furstendömet gått från att vara ett traditionellt jordbrukssamhälle till ett avancerat industrisamhälle. I dagens läge utgör jordbruket knappt en procent av den totala sysselsättningen i landet och då handlar det främst om boskapsskötsel vars syfte är att producera mejeriprodukter. Den mest dominerande näringsgrenen i Liechtenstein idag är industrin med inriktning på metall, läkemedel och livsmedel. Genom näringsstrukturens utveckling så har levnadsstandarden höjts betydligt i furstendömet och är nu i samma klass som grannlandet Schweiz.

<<http://www.lerum.se/>>

Enligt statistik från 2008, där man jämför Liechtenstein med grannländerna så hade furstendömet en betydligt större andel anställda inom industrisektorn än något annat land i närområdet.

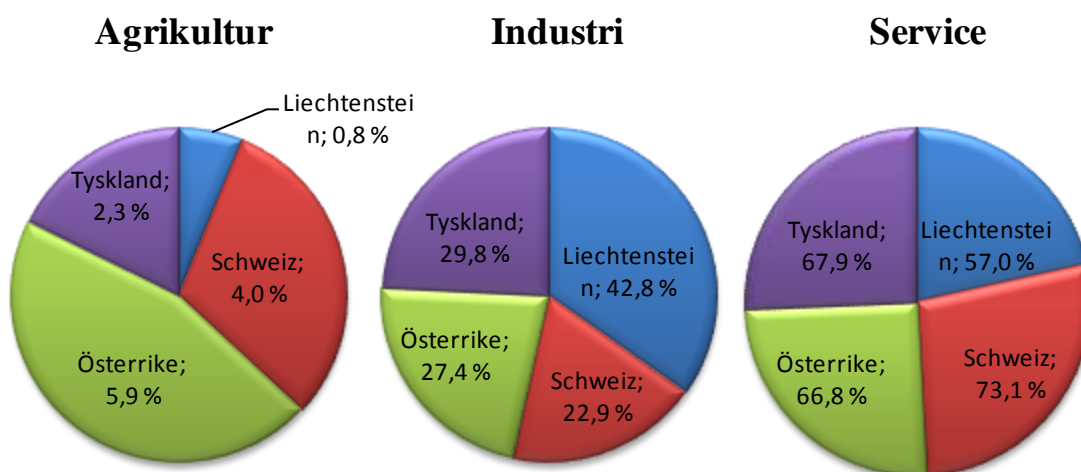


Diagram 2, 3 och 4. Liechtensteins agrikultur, industri och servicenivå jämfört med grannländerna (Tyskland, Österrike och Schweiz)

<<http://www.llv.li/>>

4.1 Turism

Liechtenstein är starkt beroende av turister och många av Liechtensteins invånare livnär sig på de finansiella medel som turismen bringar till landet. År 2009 hade Liechtenstein 72 000 dagsbesökare och 176 000 personer som spenderade en eller flera nätter i furstendömet. Största delen av besökarna var från Tyskland, Schweiz, Österrike, Storbritannien, Italien och U.S.A.

Liechtenstein är ett attraktivt rese-mål tack vare landets läge i Alperna och även om landet är litet till storleken så erbjuds det många attraktioner för turister oberoende årstid. På vintern kan man skida och på sommaren kan man sysselsätta sig med fjällvandring, cykling, skärmflygning och så vidare. I furstendömet finns det ett trettio-tal hotell och mängder av restauranger som erbjuder allt från traditionella måltider till gourmet mat.

<URL:<http://www.liechtenstein.li/>>

4.2 Jordbruk

Som tidigare nämnts var Liechtenstein ett jordbrukssamhälle fram till 1950-talet då furstendömet började genomgå en förändring från att ha varit inriktat på agrikultur till att bli ett modernt industrisamhälle. Vid år 1955 fanns det 1300 aktiva jordbruk, jämfört med dagens 130. Denna statistik visar klart och tydligt att jordbruk som sysselsättning har minskat betydligt under de senaste årtionden.

I dagens Liechtenstein finns det få som livnär sig som bönder. Största delen av de aktiva jordbrukarna livnär sig med att producera mejeriprodukter och som exempel producerades det sammanlagt 13 miljoner kilo mjölk år 2005. Detta är resultatet från de 60 farmer vars sysselsättning är mjölkproduktion.

Arbets-sysselsättningen inom agrikulturen i Liechtenstein är väldigt låg, år 2007 var det endast en procent som arbetade inom agrikulturen i landet. Även om andelen som jobbar inom agrikulturen minskat totalt sett så har odling av grönsaker och vinodlingar ökat betydligt i furstendömet. Vinodlingar är möjliga i

landet tack vare landets många bergsslätter och den varma vind som kommer från söder (Föhn- vinden).

<URL:<http://www.liechtenstein.li/>>

4.3 Skogsbruk

Inom sektorn skogsbruk så är det endast 1,1 procent av den totala mängden anställda inom agrikulturen som sysselsätter sig med skogsbruk. Även om Liechtensteins yta består upp till 7000 hektar skog så är anställningsnivån låg.

<URL:<http://www.liechtenstein.li/>> Den låga anställningsnivån beror på att 90 procent av all skog i landet ägs av staten, endast 474 hektar ägs av privatpersoner och 158 hektar ägs privat av Liechtensteins prins. Främsta orsaken till skogsbruk i furstendömet är inte för att utvinna skog och förtjäna pengar, utan man jobbar för att förhindra erosion, jordskred och översvämningar. De vanligaste träarterna i furstendömet är gran, bok och tall. <URL: <http://www.nationsencyclopedia.com/>>

4.4 Bergsbruk

I Liechtensteins grannländer Österrike, Schweiz och Italien så förekommer det bergsbruk. Även om Liechtenstein också finns i Alperna och att man i landet har tillgång till olika metaller och mineraler så utvinns man dem inte. Åtminstone inte för kommersiellt bruk, eftersom mängden är så liten.

<URL: <http://www.nationsencyclopedia.com/>>

4.5 Naturresurser och energi

Liechtenstein är starkt beroende av att importera energi. Den energi som importeras är främst naturgas, olja för uppvärmning och bensin. Furstendömet har även egen produktion av energi men denna andel är väldigt låg. Den egna producerade energin täcker endast åtta procent av landets energibehov och begränsad till elektricitet, ved och biogas.

<URL:<http://www.llv.li/>>

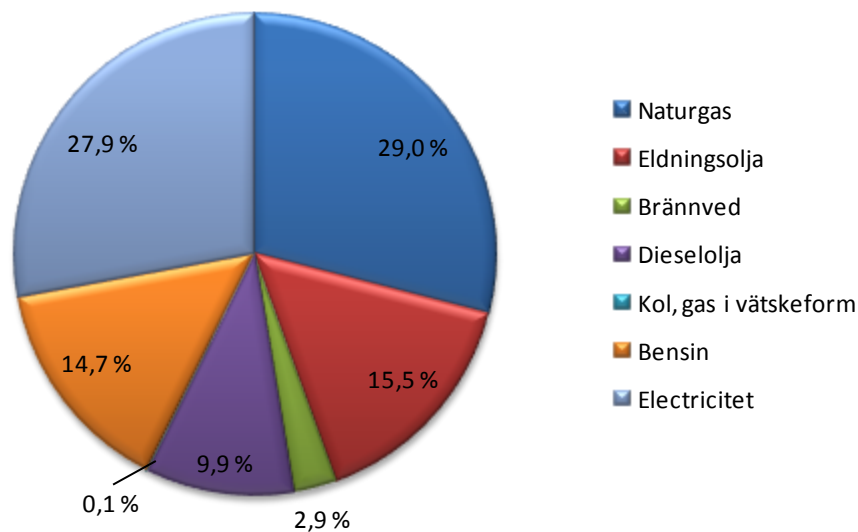


Diagram 5: Energiförbrukning/Import 2008

<URL:<http://www.llv.li/>>

4.6 Industri

Av Liechtensteins befolkning arbetar 42 procent inom industrin, vilket är en hög andel jämfört med övriga europeiska länder. <URL:www.llv.li/> Tack vare Liechtensteins ekonomi och landets inriktning på export av hög-teknologiska lösningar finns det många arbetsmöjligheter för landets invånare inom industrisektorn. En av de största arbetsgivarna i landet är Hilti, ett företag som är en stor internationell leverantör av bland annat installationstjänster till spårtrafiksbranschen. <URL:<http://www.nationsencyclopedia.com/>>

Även entreprenader utgör en viktig del av landets ekonomi. Enligt byggnadsstatistik från det sista kvartalet av år 2000, beviljades 115 tillstånd för husbyggen, vilket är en stor andel med tanke på landets storlek och invånarantal.

<URL:<http://www.nationsencyclopedia.com/>>

Tack vare Liechtensteins ekonomiska tillväxt är landet starkt beroende av arbetskraft utanför landets gränser. Landets egen befolkningsmängd räcker inte till för den andel av arbetsplatser som finns i landet. Detta gör att cirka hälften av landets anställda kommer från grannländerna.

<URL:<http://www.llv.li/>>

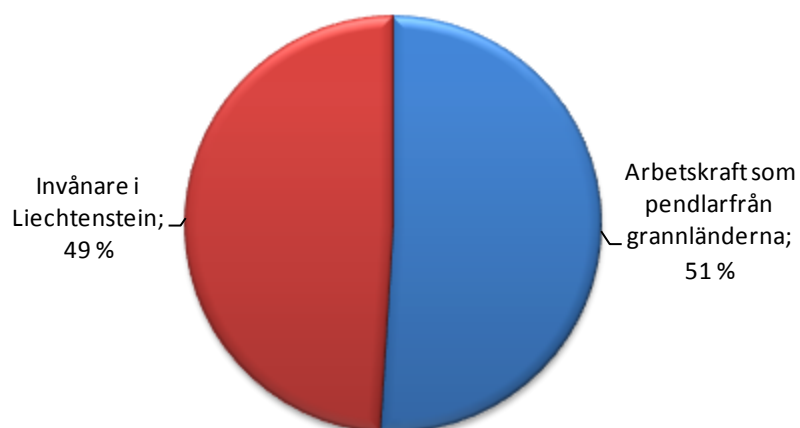


Diagram 6. Arbetskraften i Liechtenstein 2010

<URL:<http://www.llv.li/>>

5 INFRASTRUKTUR

Transportmöjligheterna är lite annorlunda för Liechtenstein än för de flesta andra länder, eftersom det varken finns flygplats eller tågförbindelser till landet. Därför är vägarna ytterst viktiga för Liechtenstein och det märks eftersom de är väl underhållna. <URL:<http://www.suite101.com/>> Landets egen media har också en stor inverkan på Liechtensteins interna och externa kommunikation. <URL:<http://www.landguiden.se/>>

5.1 Vägar

Liechtenstein ligger i hjärtat av Europa och är lätt att nå via landsvägar eller järnvägar. Grannländerna har bidragit till att det skall vara lätt att ta sig till huvudstaden Vaduz. Det finns snabba motorvägar till Liechtenstein. Som exempel tar det en timme att köra från Zürich i Schweiz och tre timmar från Milano i Italien. Tullunionen med Schweiz innebär att man fritt kan röra sig över gränsen utan tullkontroll.

<URL:<http://www.suite101.com/>>

Liechtensteins vägnätverk består av ungefär 120 kilometer vanliga landsvägar och 260 kilometer av lokala mindre vägar. Nivån på antalet motorfordon är väldigt hög. Det finns cirka 700 personbilar per tusen invånare, vilket är en av de största antal i Europa. Motorfordonen har dessutom bara ökat under de senaste åren. Däremot har dödsolyckor i trafiken minskat.

<URL: <http://www.llv.li/>>

Fastän många vägar är branta och kurviga, speciellt de som gå upp i bergen, har Liechtenstein standarder som ger säkerhet på vägarna. Som exempel finns det vissa bergsområden där kedjor runt hjulen vintertid är obligatoriskt. Att färdas på vägar är farligare under helgdagar och semestertider eftersom trafiken ökar kraftigt. Att köra på såkallade expressvägar i Schweiz kräver ett klistermärke

”vignette”, i bilrutan. De kan köpas vid landsgränser, bensinstationer och postkontor.

<URL:<http://travel.state.gov/>>

5.2 Tåg och bussar

Att åka tåg till och från Liechtenstein är ett utmärkt sätt. Det går endast en smal tågbanan genom landet, utan en station i Vaduz, men förbindelserna till Feldkirch i Österrike och till Buchs och Sargans i Schweiz är mycket bra från resten av Europa. Arlberg express tågbanan som går från Paris till Wien stannar i Buchs, ca 8 kilometer från Vaduz. <URL:<http://travel.mapsofworld.com/>> Det finns dock framtidsvisioner om att bygga upp en tågstation i Vaduz, men det är idag ännu bara en tanke och ingenting konkret har ännu gjorts.

<URL:<http://www.hochschule.li/>>

Liechtensteins egna välutvecklade bussnätverk gör det enkelt att ta sig vidare från tågstationerna in i landet. Över en tredjedel av Liechtensteins invånare har årskort till bussarna och en tredjedel använder busstrafiken varje dag.

<URL:<http://www.suite101.com/>>

Liechtenstein har en fraktpolicy och skrev på the Transport Protocol to the Alpine Convention 2001. Protokollet innebär bland annat att Liechtenstein försöker få all tung godstransport bort från vägarna och istället utnyttja järnvägarna till detta ändamål. Beroende på godsets syfte, transportlängd, vikt och föroreningsföljder finns även vissa avgifter. Detta skall öka produktiviteten, minska trafiken på vägarna och minska föroreningar.

<URL:<http://europa.eu/>>

5.3 Flyg

Det finns ingen möjlighet att flyga direkt till Liechtenstein eftersom det inte finns någon flygplats. Den närmaste flygplatsen finns i St Gallen- Altenrhein i Schweiz, vilket ligger ungefär 50 kilometer från Vaduz. Den närmaste i Tyskland är

Bodensee Airport- Friedrichshafen, ca 85 kilometer från Vaduz. Ända till flygplatsen i Zürich är det ca 120 kilometer. Den används ofta av Liechtensteins turister.

<URL:<http://www.suite101.com/>>

5.4 Media

Alla olika sorters media, både inom landet och runt omkring är viktiga för invånarna i Liechtenstein. De inhemska hjälper däremot Liechtensteinarna att behålla sin identitet.

<URL: <http://www.landguiden.se/>>

5.4.1 Tidningar

Liechtenstein har två dagstidningar vilka ägs av de två största partierna Fosterlandsunionen och Borgerliga framstegspartiet. Dessa tidningar är Liechtensteiner Vaterland och Liechtensteiner Volksblatt. De har även en veckotidning, Liewo, som också täcker Werdenberg i Schweiz.

<URL: <http://www.landguiden.se/>>

5.4.2 Radio och TV

Radio Liechtenstein är Liechtensteins egen radiokanal där programvärdarna ofta talar på landets egna dialekter. <URL: <http://www.landguiden.se/>> I augusti 2008 fick landet sin första nationella TV-kanal, 1FLTV. Detta möjliggjorde medlemskap i EBU (European Broadcasting Union) vilket i sin tur leder till att Liechtenstein kan första gången delta i Eurovision Song Contest, en europeisk sångtävling där olika länder får vara med i. <URL:<http://www.esctoday.com>> TV-kanalen har även en egen hemsida där invånarna kan se programtablån, vädret och också se program live från kanalen. <URL: <http://www.1fl.li/>>

5.4.3 Internet och telefon

Enligt statistiska uppgifter är cirka 23 000 av Liechtensteins 35 000 invånare internetanvändare. Antalet användare har mer än fördubblats de senaste tio åren. Nationens domännamn på internet är .li.

<URL:<http://www.internetworldstats.com/>>

År 2008 registrerades 34 000 mobil telefon användare i Liechtenstein. Fasta telefoner som är i användning var 19 600. Nätverket är sammankopplat med nätverket i Schweiz.

<URL:<https://www.cia.gov/>>

6 EKONOMI

Liechtenstein är, som tidigare nämnts, ett av världens rikaste länder, BNP (bruttonationalprodukt) nivån är hög, bland världens högsta. Uppskattningsvis ligger BNP- nivån formellt på 100 000 CHF per capita, men på grund av att största delen av arbetskraften bor i grannländerna är det svårt att framställa ett korrekt och entydigt BNP. En mer korrekt BNP ligger troligtvis på 50 000 CHF per capita.

<URL:<http://www.swedenabroad.com/>>

Furstendömet's valuta är schweiziska franc (CHF), vilket gör att landets ekonomi är starkt bundet till Schweiz. Bandet till grannlandet i väst har stärkts ytterligare tack vare den tullunion som existerar grannländerna emellan.

<URL:<http://landguiden.se/>>

6.1 Allmänt om Liechtenstein ekonomi

Liechtenstein är ett av världens mest industrialiserade länder. Sammanlagt finns det 3500 verksamma företag i landet. Vilket betyder att det finns ett företag per var tionde invånare. Dessa företag är till största delen småföretag med en till nio anställda. Ett flertal av dessa företag är innovativa och ledande inom sina områden. <URL:<http://www.liechtenstein.li/>> Furstendömet's industrisektor står för största delen av landets BNP och arbetsyrka, mer än vad det gör i många andra länder. Även om Liechtenstein är högt industrialiserat så är Liechtenstein allmänt känt för den viktiga bank- och finanssektorn. <URL:<http://landguiden.se/>>

Olika finans- och övriga företag har lockats till landet genom de låga verksamhetsskatterna som landet erbjuder, den högsta skattesatsen är endast 20 procent. Detta gör att många utländska företag etablerar nominella kontor i Liechtenstein för att kunna utnyttja de låga skattesatserna.

<URL:<https://www.cia.gov/>>

I furstendömet finns det ca 75 000 utländska så kallade "brevlådeföretag" som av skattemässiga skäl valt att etablera sig i Vaduz. Alla avgifter som den Liechtensteinska staten får från dessa utländska "brevlådeföretag", står för ungefär en tredjedel av landets totala inkomst per år. De intäkter som staten har täcker mer än väl alla utgifter. Tack vare landets goda ekonomi så är både inflationen och arbetslösheten låg.

Det är inte endast de låga skatterna som lockar företag till furstendömet utan även landets stränga lag angående banksekretessen, vilken speciellt lockat finansföretag till etablering i landet. Dock har denna stränga banksekretess lett till organiserad brottslighet. Som exempel så har pengatvätt via bankkonton i Liechtenstein blivit allt vanligare. Den rådande banksekretessen har lett till otaliga mängder debatter och påtryckningar från bland annat USA, OECD och EU. De vill att Liechtenstein häver denna banksekretess och även skärper lagstiftningen så att det blir en hårdare övervakning i landet. Detta område behandlas mera ingående i senare kapitlet 6.4, "Banksekretess".

<URL:<http://landguiden.se/>>

6.2 Nationella organisationer

Med tanke på Liechtensteins storlek och invånarantal så finns det inte så många nationella organisationer. De organisationer som finns är mest inriktade på kultur och historia. Dock finns det välgörenhetsorganisationer såsom Liechtensteins Röda korset, som grundades 1945, och "Liechtenstein Caritas society", som grundades 1924.

<URL:<http://www.nationsencyclopedia.com/>>

Den största nationella organisationen i Liechtenstein är Liechtensteins handels- och industriministeriet (LCCI - Liechtenstein Chamber of Commerce and Industry). Organisationen strävar efter att upprätthålla en god ekonomi och social harmoni i samhället. LCCI har enligt lag tilldelats följande ansvarsområden; att skydda och företräda medlemsföretagen, att främja en sund nationell ekonomi, att hantera och reglera frågor som handlar om förhållandet mellan arbetsgivare och

anställd, samt om att främja exporthandeln. LCCI bidrar till att aktivt utveckla och underhålla attraktiva ekonomiska villkor och ser till att det finns konkurrenskraft i medlemsföretagen. Organisationen jobbar även med att identifiera och utveckla nya möjligheter för företagen. Det är även LCCI som ansvarar för legaliseringen av service och för utfärdandet av ursprungsintyg för Liechtenstein.

Medlemskapet i LCCI är frivilligt, organisationens grundades 1947 och deras huvudkontor är idag beläget i huvudstaden Vaduz. LCCI har en styrelse som består av 10 representanter från några av medlemsföretagen, styrelsen sammanträder två gånger om året. Organisationen erbjuder specialist grupper, arbetsgrupper och projektgrupper till sina medlemmar. LCCI representerar 42 liechtensteinska företag varav över hälften har mer än 50 anställda. Medlemsföretagen är allt från stora industriföretag och banker till tjänsteföretag.

Av LCCI:s medlemmar så sysselsätter industriföretagen 7 696 personer (vilket är ca 60 procent av den totala arbetskraften inom industrisektorn i furstendömet), ytterligare 23 611 personer är sysselsatta i utländska filialer. Sammanlagt står de 33 industriföretag som är medlem i LCCI för en exportomsättning på 4 294 miljoner CHF (schweizerfranc). I organisationen finns det tre banker som är medlemmar, dessa tre banker sysselsätter 1 462 personer och de har sammanlagt en balansomslutning på 29 188 miljoner CHF. Sedan finns det även tjänsteföretag som är medlem i LCCI, dessa tjänsteföretag sysselsätter 348 personer och har en omsättning på 103 miljoner CHF.

<URL:<http://www.liechtenstein.li/>>

I diagrammet nedan visas LCCI:s (Liechtenstein Chamber of Commerce and Industry) sysselsättning samt organisationens omsättning omräknat till euro.

LCCI - Liechtenstein Chamber of Commerce and Industry

Medlemmar:	Sysselsätter (personer):	Omsättning (€):
Företag inom industrisektorn samt utländska filialer	7696 23611	} 3456 miljoner
Företag inom tjänstesektorn	348	
Banker	1462	23491 miljoner
Totalt	33117	27030 miljoner

Tabell 1. LCCI:s omsättning omräknat till euro.

<URL:<http://www.liechtenstein.li/>>

6.3 Internationella organisationer

Liechtenstein är medlem i många olika internationella organisationer. Medlemskapen i dessa organisationer är ytterst viktigt för att upprätthålla ömsesidiga och flersidiga förbindelser till andra stater, och detta gör att furstendömet kan säkra sin självständighet och på samma gång utveckla sin utrikespolitiska profil. I dagens läge tillhör Liechtenstein ett flertal olika internationella organisationer och har diplomatiska relationer med nästan 50 länder. I detta kapitel behandlas de viktigaste internationella organisationerna ur ett ekonomiskt perspektiv; organisationer såsom OSCE, UN och WTO. I kapitel 7 ”förhållandet till Europeiska unionen” behandlas Europarådet, EU, EFTA, EES och EEG.

<URL:<http://www.liechtenstein.li/> >

6.3.1 OSSE – Organisationen för säkerhet och samarbete i Europa

OSSE (engelska förkortningen OSCE) är en säkerhetspolitisk samarbetsorganisation i Europa (den enda organisationen i sitt slag i Europa),

även USA, Kanada och de centralasiatiska staterna deltar på samma villkor i organisationen. Sammanlagt har organisationen 56 medlemsstater.

<URL:<http://www.manskligarattigheter.gov.se/>>



Bild 2. Gröna området symboliserar medlemsländerna i OSSE.

<URL:<http://www.manskligarattigheter.gov.se/>>

OSSE jobbar med säkerhetsfrågor som innefattar militärpolitiska, mänskliga, ekonomiska samt miljö dimensioner. Främsta syftet med denna organisation är att upprätthålla en fungerande stat. För att få en fungerande stat förutsätts demokrati och respekt för de mänskliga rättigheterna. Om dessa kriterier inte fungerar kan det utgöra ett hot mot ett lands säkerhet.

<URL:<http://www.manskligarattigheter.gov.se/>>

Liechtenstein blev medlem i OSSE år 1975 och har sedan dess deltagit aktivt i OSSE:s verksamhet. Liechtenstein har även genom åren besuttit ett antal av ordförandeskap inom organisationen. Som en aktiv deltagande stat så bidrar Liechtenstein till OSSE:s budget och på så sätt bidrar till fred och säkerhet i Europa. Furstendömet ger även frivilliga bidrag till en rad olika projekt inom OSSE. Som exempel gav Liechtenstein ekonomiskt stöd för ett nytt projekt som handlar om att förebygga våld mot kvinnor i Kaukasus.

<URL:<http://www.liechtenstein.li/>>

6.3.2 FN – Förenta nationerna

Förenta nationerna grundades 1945. Efter andra världskriget anslöt sig 51 länder till organisationen vars främsta syfte är att bevara freden i världen genom internationellt samarbete och ett system för gemensam säkerhet medlemsländerna emellan. Idag är FN en global internationell organisation med 191 medlemsländer. Liechtenstein anslöt sig till FN år 1990, sedan dess har delegationen aktivt deltagit i arbetet inom organisationen vid FN:s högkvarter i New York, Wien och Genève.

<URL:<http://www.liechtenstein.li/>>

6.3.3 WTO – Världshandelsorganisationen

WTO är en internationell organisation vars syfte är att möjliggöra en smidigt fungerande handel mellan medlemsländerna. Idag består WTO av 153 medlemsländer, som utgör sammanlagt 97 procent av den totala världshandeln. WTO bildades 1995. Idén till att bilda en organisation vars syfte skulle vara att underlätta handeln genom internationellt samarbete uppkom redan efter andra världskriget vid FN:s konferens om handel och utveckling år 1946. Vid detta möte sammanställdes ett utkast till stadga för internationell handel.

<URL:<http://www.sweden.gov.se/>>

Liechtenstein blev medlem i WTO den 1 september 1995. Deltagandet sköts av personal vid representationen i Genève, de behandlar speciellt områden som är av särskild betydelse för Liechtenstein. Områden som omfattas främst är huvudsakligen tjänster och investeringar, immaterialrätt och offentlig upphandling. Liechtenstein har dock ingen extern handels myndighet i WTO:s kärnområde, vilket gör att all handel med industrivaror jordbruksprodukter behandlas av Schweiz och tillämpas i Liechtenstein, detta på grund av tullunionen.

<URL:<http://www.liechtenstein.li/>>

6.3.4 Övriga internationella organisationer

Förutom dessa tre organisationer så är även Liechtenstein medlem i följande internationella organisationer:

IAEA (International Atomic Energy Agency)

ICRM (International Red Cross and Crescent Movement)

ITU (Institute of Transuranium Elements)

OSE (Hellenic Railway Organization)

UNCTAD (United Nations Conference of Trade and Development)

UPU (Universal Postal Union)

WIPO (World intellectual Property Organization)

<URL:<http://www.nationsencyclopedia.com/> >

6.4 Banksystem

Liechtensteins banksystem påverkas starkt av Schweiz på grund av valutaunionen. Liechtenstein har en egen nationell bank, Liechtensteinische Landesbank, men det är den schweiziska nationalbanken som har ansvaret över den. Furstendömet banker har ett starkt inflytande i landet och bidrar stort till landets ekonomi. Det är inte endast statens ekonomi som bankerna påverkar, utan bankerna erbjuder även många arbetsmöjligheter för invånarna. Ungefär fyra procent av alla i arbetsför ålder jobbade inom banksektorn under 1990-talet.

Liechtenstein nationalbank grundades redan 1861 och fungerar som den statliga banken för utfärdandet och handeln med fatighetsinteckningar men även vanliga banktransaktioner. Liechtenstein Global Trust (LGT) som är landets största finansinstitut (grundat av kungafamiljen) och Private Trust Bank Corp (grundad 1956) spelar också en stor roll i finansiering av landets ekonomi. Dock är det liechtensteinska bankväsendet samt handeln med värdepapper starkt kopplat till det schweiziska bankväsendet.

Som tidigare nämnt så har Liechtenstein en sträng banksekretess vilket gör att organiserad brottslighet lättare kan förekomma i landets banker. I dagens läge

finns det inga restriktioner angående utländska investerares tillgång till finansiering i Liechtenstein, men påtryckningar gör att Liechtenstein kan vara tvungen att göra ändringar beträffande landets lagar om banksekretess.

<URL:<http://www.nationsencyclopedia.com/>>

6.5 Banksekretess

Liechtenstein är känt för att vara ett ”skatteparadis” och den rådande banksekretessen har väckt kritik från bland annat EU. Orsaken till kritiken är att Liechtensteinska banker har som policy att inte ge ut någon som helst information om sina kunder. Detta har lett till att organiserad brottslighet lockats till landets banker. Efter mängder av påtryckningar från omvärlden så införde Liechtenstein nya lagar vars syfte är att bekämpa penningtvätt och finansiering av terrorism eller någon annan form av ekonomisk brottslighet, dock så skyddas fortfarande den ”vanliga” skatteflykten.

Europeiska Unionen fortsätter att pressa furstendömet om att ge ut information om EU-medborgares ränteinkomster från sparkonton. Även den ekonomiska samarbetsorganisationen OECD har hotat landet om straff, men ändå förstår regeringen i Liechtenstein att ignorera hoten och väljer att hålla hårt om landets banksekretess. Detta har lett till att Liechtenstein är ett av tre länder som fortsättningsvis finns på OECD:s ”svarta lista” över skatteparadis.

Irritationen bland de involverade var redan stor när frågan angående skatteflykt till Liechtenstein fördes upp på den internationella dagordningen. Orsaken till att detta blev ett stort ämne var att den tyska underrättelsetjänsten hade fått tag på information om skattekonton och i början av 2008 genomfört spektakulära skatterazzior. De uppgav ha hittat hundratals tyskar som gömt undan miljonbelopp på banker i Liechtenstein för att undgå skatterna i Tyskland. Detta avslöjande väckte stor uppståndelse när det visade sig att den tyska underrättelsetjänsten hade köpt denna datoriserade information av en tidigare anställd vid en bank i Liechtenstein. Debatten satte igång och den Liechtensteinska kronprinsen Alois beskyllde Tyskland för att ha begått lagbrott

på grund av att de hade köpt de stulna dokumenten, kronprinsen kallade detta för en attack mot sitt land.

Avslöjandet om de hemliga skattekontona ledde till att flera andra av OECD:s medlemsländer fick tillgång till samma information som Tyskland hade och började med egna utredningar. Det ledde i sin tur till större påtryckningar både från OECD och EU om att furstendömet borde minska den rådande banksekretessen. Dock valde Liechtensteins furste och premiärminister (Otmar Hasler) att tillbakavisa alla anklagelser om landets överdrivna banksekretess men samtidigt meddelade en talesman för den regeringen, att ett arbete hade påbörjats vilket skulle resultera i skärpt kontroll av furstendömet's banker. Dessa förändringar om skärpt kontroll handlade dock inte om att ge något annat land någon som helst information om vem som har pengar på Liechtensteinska bankkonton eller i stiftelser.

I början av 2009 valde Liechtenstein en ny regering och Otmar Hasler avgick som premiärminister. Han efterträddes av Klaus Tschütscher, men även om landet fick en ny premiärminister och ny regering, betydde det inte att det skulle ske några förändringar gällandes banksekretess utan man skulle föra samma politik som man gjort tidigare.

<URL:<http://landguiden.se/>>

7 BESKATTNINGSLAGSTIFTNING

Beskattningens uppbyggnad är den samma i Liechtenstein såsom i Finland. De skatter som företagaren måste betala beror på vilken struktur företaget har. Skatterna i Liechtenstein smalas in och bedöms av Liechtensteins budgetmyndighet.

<URL:<http://www.liechtenstein.li/>>

7.1 Företagsbeskattning av juridiska personer

Bolag som är verksamma i Liechtenstein och som idkar kommersiell verksamhet i furstendömet är föremål för kapital- och vinstskatter. Även utländska företag som bedriver en filial i Liechtenstein omfattas av kapital- och vinstskatternas krav. Förmögenhetsskattesatsen för juridiska personer är 0,2 procent och bedöms vid utgången av företagets taxeringsår, vilket oftast är i slutet av året, den 31 december.

Vinstskatten bestäms på basis av företagets årliga vinst och kan vara mellan 7,5 till 15 procent beroende på relationen mellan nettovinsten och kapitalet. Skattesatsen kan dock stiga ytterligare med 1 till 5 procent beroende på förhållandet mellan vinstutdelningen och det skattepliktigt kapital. Detta betyder i praktiken att den högsta vinstskattesatsen företagaren kan vara tvungen att betala är 20 procent.

Fondbolag och investeringsbolag är även föremål för kapital- och vinstbeskattning, även om de tillgångar som är under förvaltning är skattefria. När det handlar om förvaltningsföretag vars placeringsort är Liechtenstein så skall dessa företag betala en skattesats på 0,1 procent på de tillgångar som investerats i företaget eller på det inbetalade kapitalet förutsatt att summan uppgår högst till 1000 schweizerfranc per år.

<URL:<http://www.liechtenstein.li/>>

7.2 Övriga skatter

Handelsbolag, kommanditbolag och juridiska personer omfattas inte av bolagsskatt utan måste istället betala tillgångs- och inkomstskatter. Tillgångs- och inkomstskatter måste även alla fysiska personer som är bosatta i Liechtenstein betala. Tillgångsskatten omfattar all lös och fast egendom medan alla inkomster som består av pengar är föremål för inkomstskatt, dock med undantag för avkastningar på tillgångar.

Tillgångs- och inkomstskattelagen regleras av principen om familjens skatt. Detta betyder att gifta personer behandlas som en enhet och deras tillgångar och inkomstskatter samt deras skatteskuld beräknas tillsammans. Familjbeskattning omfattar även underåriga barn som lever i ett gemensamt hushåll med sina föräldrar.

<<http://www.liechtenstein.li/>>

7.3 Mervärdesskatten

Mervärdesskatten i Liechtenstein införs på fem olika typer av ekonomiska transaktioner: leverans av objekten i Liechtenstein mot betalning, arbete som utförts i Liechtenstein mot betalning, egen förbrukning, upphandling av tjänster från utlandet och import av objekt. Mervärdesskatten gäller om det handlar om kommersiell eller yrkesmässig verksamhet vars omsättning överstiger 75 000 schweizerfranc.

Som föremål för mervärdesskatten har man rätt att dra av tidigare erlagda mervärdesskatter. Detta avdrag innebär att verksamheten endast skall betala skatt på sitt mervärde, vilket betyder att verksamheten får dra av alla mervärdesskatt som tidigare betalats ut till sina leverantörer och entreprenörer. Detta gör att mervärdesskatten minskar.

Den allmänna skattesatsen är oftast 7,6 procent för alla transaktioner som omfattas av mervärdesskatten, denna skattesats gäller alltid om transaktionen inte omfattas av den reducerande skattesatsen på 2,4 procent. Det finns även en speciell skattesats på 3,6 procent och denna skattesats gäller för logi tjänster. Undantag

från mervärdesskatten görs även för vissa speciella transaktioner och dessa är särskilt välgörande, kulturella, utbildningsmässiga och religiösa transaktioner.

Det är den skatteskyldige som skall bedöma mervärdesskatten. Detta betyder att det är den skatteskyldige som måste redovisa för alla transaktioner som tidigare betalats mervärdesskatt på och betala den fastställda skatten till Liechtensteins budgetmyndighet utan förfrågan från myndigheten.

<<http://www.liechtenstein.li/>>

8 FÖRHÅLLET TILL EUROPEISKA UNIONEN

Ända sedan 1 maj, 1995 har Liechtenstein genom medlemskap i Europeiska ekonomiska samarbetsområdet, EES (European Economic Area, EEA) haft ett förhållande med Europeiska Unionen (EU) och dess medlemsstater. Relationen mellan EU och Liechtenstein är mycket bra och samarbetet intensivt.

Europeiska ekonomiska gemenskapen, EEG (European Economic Community, EEC) grundades i januari 1958. Under de första decennierna upprätthölls förhållandet mellan Liechtenstein och de framtida EU medlemmarna främst av Schweiz. Detta berodde på de starka avtalen med Schweiz som till exempel tullunionen och valutaunionen.

År 1972 hade Liechtenstein första gången direkt samarbete med EEG:s medlemsländer. Efter att Liechtenstein inledde samarbete med Europeiska frihandelssammanslutningen, EFTA (European Free Trade Association) närmade sig organisationen EEG ännu mer och den lilla nationen blev mer involverad i Europas interna marknad.

Ordförande för Europeiska kommissionen föreslog en ny samarbetsorganisation som senare tog form som EFTA-avtalet (Agreement on the European Economic Area, EEA Agreement). EFTA, som då bestod av Österrike, Finland, Island, Norge, Sverige, Schweiz och Liechtenstein, gillade idén och förhandlingarna satte igång.

Efter allmänna röstningar anslöt sig inte Schweiz till EES medan Liechtenstein däremot ville bli medlem. De olika åsikterna länderna emellan krävde flera diskussioner och förhandlingar eftersom man fortfarande ville ha kvar tullunionen, men till slut fick Liechtenstein sin vilja igenom och anslöt sig till EES för att komma närmare den Europeiska marknaden. Detta skedde år 1995. Främst genom EES utformar Liechtenstein sitt förhållande med EU.

<URL:<http://www.liechtenstein.li/>>

Fram till nu har EU utvecklats märkbart och Liechtenstein har börjat fundera på hur samarbetet med unionen skall utvecklas. Att bli medlem i EU är liechtensteinarna däremot mycket tveksamma till. Landet skulle då förlora all de ekonomiska fördelar som banksekretessen ger.

<URL:<http://www.landguiden.se/>>

9 FÖRHÅLLET TILL SCHWEIZ

Det nära och kamratliga förhållandet Liechtenstein har till grannlandet Schweiz har utvecklats intensivt ända sedan slutet av första världskriget. Utvecklingen är märkbar i de många bilaterala avtal och överenskommelser mellan de två grannländerna. Furstendömet Liechtenstein och Schweiz har samma språk, samma valuta och inga bevakade gränser. Ungefär tio procent av Liechtenstein invånare är schweizare och nästan 6000 schweizare pendlar dagligen över gränsen. Schweiz är också Liechtensteins viktigaste handelspartner.

<URL:<http://www.liechtenstein.li/>>

De utländska ambassaderna befinner sig även i Schweiz. Som exempel representerar Finlands ambassad finska staten i Bern Schweiz, Liechtenstein och Vatikanen. <URL:<http://www.finlandia.ch/>> Schweiz ansvarar också för försvaret i Liechtenstein och står ofta för Liechtensteins officiella representation i andra länder. Endast i krissituationer kallas alla män under 60 år till militärtjänst. <URL:<http://www.landguiden.se/>>

9.1 Tullunion

Det viktigaste avtalet är tullunionen, som tillsammans med andra avtal, till exempel fri rörelse av personer, gör det möjligt att ha gränsen mellan Schweiz och Liechtenstein helt öppen. För Liechtensteins ekonomi är valutaunionen en viktig del. Avtalet uppgjordes i mars år 1923 och blev början till en ny era i Liechtensteins ekonomiska framgång. Unionen medför att Schweiz regleringar och lagar som berör tullen också tillämpas i Liechtenstein. Detta är nödvändigt då gränsen är öppen. Det betyder också att Schweiz överenskommelser med ett tredje land även gäller Liechtenstein.

År 1991 och 1995 förändrades tullunionen i och med att vissa ändringar behövdes. Till följd får Liechtenstein nu gå med i andra internationella rörelser eller organisationer vare sig Schweiz gör det eller inte.

Tullunionen har också en symbolisk betydelse för förhållandet mellan Schweiz och Liechtenstein. Avtalet ledde till harmonisering i lagar om sociala och ekonomiska frågor. Den här sammankopplingen ledde till ett flertal överenskommelser då det gäller sociala välfärden, praktikavtal för studeranden, indirekta skatter och poliströrelsen.

<URL:<http://www.liechtenstein.li/>>

9.2 Valutaunion

Valutaunionen infördes år 1980 och ledde till att Liechtenstein blev en del av Schweiz valutaområde. Liechtenstein använde redan schweiziska franc före avtalet men unionen medförde att de schweiziska bestämmelserna om monetära, kredit och valutapolicyn enligt the National Bank Act även berör Liechtenstein.

<URL:<http://www.liechtenstein.li/>>

9.3 Patentskyddsunion

Enligt Patentskyddsunionen från 1978, utformar Schweiz och Liechtenstein ett gemensamt område för skyddet av patent på uppfinningar. Den Schweiziska lagen tillämpas för dessa skydd. Patentskyddet gäller även europeiska och internationella patentansökningar där Liechtenstein och Schweiz gemensamt nämns på ansökningarna. Schweiz överenskommelser med ett tredje land tillämpas också i Liechtenstein.

<URL:<http://www.liechtenstein.li/>>

10 HANDEL

I Liechtenstein är tjänstesektorn av stor betydelse. Tjänstesektorn anses vara ryggraden i furstendömet ekonomi och med den menas främst furstendömet produktion och sysselsättning. Liechtensteins handelspolitik är i stort sett den samma som i Schweiz, detta är på grund av tullunionen länderna emellan. Tillverkningsindustrin inom tullunionen är mycket breddad och exportorienterad medans jordbrukets tillskott till BNP är nästan obetydlig.

Jordbrukssektorn i furstendömet är starkt beroende av statligt ingripande, i dagens lägen skyddas jordbruket med en tullsats på 22,7 procent och jordbrukarna i Liechtenstein får höga interna stöd för sin verksamhet jämfört med andra länder. För tillfället håller tullunionen på att gradvis övergå från prisstöd till direktstöd till jordbrukarna, allt för att de skall kunna fortsätta vara verksamma i landet.

Av den totala varuexporten i Liechtenstein står tillverkningsindustrin för nästan hundra procent. Även om tillverkningsindustrin är av stor betydelse så har Liechtenstein ingen särskild politik för tillverkning, bortsett från stimulanssystem med inriktning på jordbruksprodukter. För de flesta industrivaror är taxorna låga, genomsnittet är 6,9 procent, med undantag för vissa livsmedel och textilprodukter.

Som tidigare nämnts så är Liechtenstein känd inom finansvärlden, sedan år 2004 så har tillgångarna i bankerna ökat kraftigt. Detta har lett till att Liechtensteins regering var tvungna att år 2005 etablera en myndighet för den integrerade finansmarknaden. Staten har även vidtagit åtgärder för förebyggandet av penningtvätt genom bland annat inrättandet av finansiella underrättelseenheten år 2001. Största orsaken till åtgärder inom finansvärlden i furstendömet är påtryckningar från bland annat EU. Även Liechtensteins placering på OECD:s ”svarta” lista över samarbetsovilliga skatteparadis i världen har lett till att furstendömet har varit tvungna att agera.

<URL:<http://www.wto.org/>>

10.1 Export

Med tanke på Liechtensteins storlek så är det ytterst viktigt för landets industrier att exportera sina produkter, annars är det omöjligt för företag att vara verksamma i landet. Under år 1996 exporterades produkter och service till ett värde av 2,47 miljarder dollar. De viktigaste exportdestinationerna för liechtensteinska företag är länder inom EES (Europeiska ekonomiska samrådet). Liechtenstein är som tidigare nämnts inte medlem i europeiska unionen, men tack vare furstendömet medlemskap i EFTA (Europeiska frihandelssammanslutningen), har Liechtenstein möjlighet att verka inom EU på samma villkor som EU:s medlemsländer.

Även om Liechtenstein är ett litet land så är landet ekonomi väldigt öppen och deras utrikeshandel är stark och positiv, med större export än import. Detta beror till största delen på furstendömet högteknologiska tillverkningssektor.

<URL:<http://www.nationsencyclopedia.com/>>

Det är väldigt svårt att få en klar bild av Liechtensteins internationella handel i och med att all statistik är inkluderad i Schweiz nationella statistik. Detta beror på tullunionen mellan Liechtenstein och Schweiz. Dock framgår det klart och tydligt att största delen av Liechtensteins export går till Västeuropa.

<URL: <http://www.state.gov>>

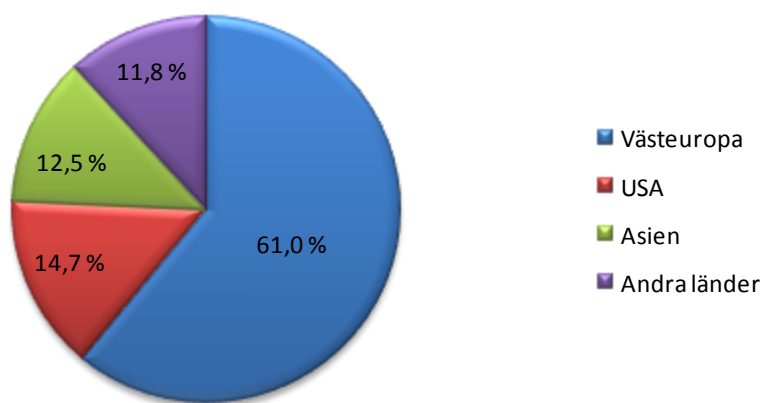


Diagram 7. Liechtensteins export <URL:<http://www.state.gov>>

10.2 Import

Liechtenstein är starkt beroende av import på grund av att furstendömet inte har några egna naturresurser eller resurser för att producera allt som landet och dess invånare behöver för att överleva. Liechtenstein importerar bland annat jordbruksprodukter, råvaror, energi, maskiner, metallvaror, textilier, livsmedel och motorfordon. <URL:<https://www.cia.gov/>> År 1996 uppgick värdet på Liechtensteins import till 917,3 miljoner dollar, detta är en liten summa jämfört med Liechtensteins exportvärde som år 1996 var 2,47 miljarder dollar. <URL:<http://www.nationsencyclopedia.com/>>

På grund av tullunionen domineras Liechtensteins import helt av Schweiz, men på grund av det nära samarbetet tas inte Schweiz i beaktande överhuvudtaget när det gäller statistiska mätningar av furstendömet's import. Enligt Liechtensteins officiella hemsida så är det Tyskland som står för den största andelen av import till Liechtenstein. År 2008 stod Tyskland för hela 41 procent av all Liechtensteins import, detta betyder ett värde på cirka 1 miljard CHF (cirka 0,8 miljarder euro).

Efter Tyskland är det Österrike som är Liechtensteins viktigaste importpartner, men det är viktigt att komma ihåg att Schweiz inte beaktas i dessa uträkningar. Slutsatsen är att Liechtenstein förlitar största delen av importen från deras grannländer och även värderar kvaliteten som grannländerna erbjuder. Som exempel så är 53 procent av alla bilar i Liechtenstein importerade från Tyskland, vilket betyder sammanlagt 13 712 bilar (statistik från juli 2009).

<URL:<http://www.liechtenstein.li/>>

10.3 Handelshinder och handelsdokument

Liechtensteins handelspolitik är i stort sett densamma som i Schweiz. De handelsdokument som behövs för handel med Liechtenstein är samma dokument som Schweiz kräver. I princip kan flesta varor importeras till furstendömet utan importlicens, dock finns det vissa restriktioner i form av tulltariffer. Tulltarifferna är baserade på HS- nomenklaturen och består av viktullar som räknas ut på basis av varans bruttovikt. Det finns även andra avgifter och skatter som tillkommer vid

förtullningen, som exempel erläggs mervärdesskatt vid förtullningen (den Liechtensteinska mervärdesskatten år 2010 var 7,6 procent).

Liechtenstein har valt att stå utanför den Europeiska Unionen men är medlem i EFTA (Europeiska frihandelssammanslutningen). Detta betyder att Liechtenstein har avskaffat handelshindren, såsom tullar som påverkar handeln gentemot medlemsländerna i EU. Liechtenstein är även medlem i EES vilket innebär att furstendömet omfattas av den inre marknadens lagstiftning angående den fria rörligheten av varor, tjänster, personer och kapital. I EES-avtalet ingår även gemensamma regler angående offentlig upphandling, konkurrensregler och transportpolitik därtill samarbete inom områdena om miljöskydd, konsumentskydd, forskning och utveckling, utbildning, sociala frågor, bolagsrätt, statistik, kultur och turism.

<URL:<http://www.eu-upplysningen.se/>>

Orsaken till furstendömet medlemskap i EES är att komma närmare den europeiska marknaden och att kunna utnyttja det fria varuutbytet för industrivaror, för som tidigare nämnts så är Liechtenstein ett mycket starkt industriland och är väldigt beroende av export. <URL:<http://www.eu-upplysningen.se/>> Det är dock viktigt att komma ihåg att Liechtensteins medlemskap i EES inte innebär någon större betydelse beträffande tullförmåner utan det är medlemskapet i EFTA som påverkar Liechtensteins tullförmåner gentemot EU-medlemsländerna. <Söderman, 1997, 44>

10.3.1 Handelsfaktura

Vid all reguljär handel måste handelsfaktura förekomma, detta är ett krav från tullmyndigheterna i de flesta länder och Liechtenstein är inget undantag. För att kunna handla med Liechtenstein måste handelsfakturan vara korrekt och uppvisas i samband med förtullningen av importvarorna.

Syftet med handelsfakturan är, att tullmyndigheterna skall kunna klassificera importvarorna och att tullmyndigheterna skall kunna fastställa det rätta värdet för att i senare skede kunna räkna ut eventuell tullavgift och övriga importavgifter.

Det är exportören som skall utfärda handelsfakturan, fakturan som fungerar som en uppmaning om betalning för köparen/importören samt som en försäkring om att köparen kommer att betala för varorna. Handelsfakturan bör skickas ut i god tid till importören och skall ges i tre exemplar åt mottagaren av varorna.

Alla länder har olika krav på vad som skall framgå i handelsfakturan, men de allmänna grundläggande uppgifterna som alltid ska förekomma i handelsfakturan, är bland annat; datum när fakturan utfärdats, säljarens namn och adress, köparens kontaktuppgifter, kollins märken, nummer, antal och slag, varubeskrivning, kvantitet, leverans och betalningsvillkor samt information om varornas ursprungsland.

<Söderman, 1997, 32-33>

I anslutning till handelsfakturan kräver många länder att en detaljerad packlista som beskriver innehållet i varje kolti. Men det framgår klart och tydligt i handelsfakturan om packlista är obligatorisk eller om uppgifter angående kollis innehåll kan återges direkt i handelsfakturan. <Söderman, 1997, 32-33> Liechtensteins myndigheter kräver dock inte packlista, men kan användas om exportören så vill för att förenkla förtullningsprocessen. <Finnpro, 2010, 390>

10.3.2 Ursprungsregler

De flesta ländernas tullmyndigheter kräver att få information om importvarans ursprung, det kan bevisas genom ett ursprungsbevis (är i kraft i 4 månader) eller en liknande form av dokument. Orsaken till att ursprungsbevis behövs är främst rent statistiskt, men det är även viktigt att veta importvarans ursprung. Varor från ett visst ursprungsland kan även ge tullförmåner, för Liechtenstein är detta ytterst viktigt i och med furstendömet står utanför EU men genom furstendömet EFTA-medlemskap och det frihandelsavtal med EU så har furstendömet vissa tullförmåner. Så för exportören är det ytterst viktigt att veta om exportvarorna omfattas av något specifikt avtal och om de ursprungsregler som krävs är uppfyllda.

<Söderman, 1997, 35-37.>

Vid export av konsumentvaror från Finland till Liechtensteins så måste ursprunget av varan understrykas ytterligare av antingen ett varucertifikat EUR.1 (intygat av den finska tullmyndigheten) eller en exportörsdeklaration (fakturadeklaration).

<Finnpro, 2010, 391>

10.3.3 Special intyg och krav

Som exportör är det ytterst viktigt att veta vilka krav som gäller för olika varor för det finns en hel del olika special intyg som måste beaktas. Som exempel; vid export till Liechtensteins så krävs det ett intyg av sanitär art utfärdat av myndigheterna i exportlandet när det gäller export av levande djur, kött- och köttprodukter, växter (och produkter gjorda av växter), alkoholdrycker, livsmedel och foder.

Det är viktigt att komma ihåg, att på grund av Liechtensteins medlemskap i EES så kräver furstendömet att de varor som importeras och exporteras skall vara CE-märkta enligt de standarder som utfärdats. Även när det gäller marknadsföringen bör de varor som marknadsförs vara CE-märkta.

<Finnpro, 2010, 391>

CE-märkning av en produkt fungerar som ett slags pass för produkten, en produkt som är CE-märkt kan säljas i vilket land som helst förutsatt att landet i fråga är medlem i EU eller ESS. Det är EG (Europeiska gemenskapen) som utfärdar direktiven för CE-märkningen vilket betyder att inget av medlemsländerna kan sätta strängare eller mindre krav på produkter än vad som angetts i direktiven.

CE-märkning krävs dock inte på alla produkter utan endast vissa specifika, exempel på några av de produkter som måste CE- märkas är; maskiner, personlig skyddsutrustning, medicintekniska produkter, fritidsbåtar, leksaker, byggprodukter, hissar, gasapparater och explosiva varor.

<URL:<http://www.expowera.se/>>

Liechtenstein har även övriga märkningsbestämmelser som påverkar handeln med utlandet, bland annat varor såsom livsmedel, drycker, cigaretter, textilier, gifter och produkter som säljs i detaljhandelsförpackningar kräver speciella märkningsbestämmelser, för importvaror med vilseledande märkning beträffande ursprunget får inte importeras till furstendömet.

<Finnpro, 2010, 392>

10.3.4 Tullning, lagerhantering och ATA- carnet

Tullning och lagerhantering av importprodukter i Liechtenstein måste ske enligt vissa föreskrifter, till exempel en vara som transporteras via landsväg måste förtullas inom 24 timmar. Gällandes lagerhantering så kan en importvara förvaras i tullager i två års tid, men tiden kan dock förlängas ytterligare tre år, så maximum tiden för lagring i tullager är fem år. Om det har gått längre än fem år och varan fortfarande är i tullagret då säljs importvaran på offentliga auktioner. Om man däremot väljer att lagra varorna i ett privat lager är lagringstiden obegränsad.

Ingen förtullning sker vid import av varuprover som saknar värde, medan varor av värde som tas in i furstendömet temporärt måste ha garantiavgifter. Dessa garantier motsvarar tull- och övriga importavgifter. Med temporära varor menas varor som exporteras vidare inom ett år och om det är fallet så returneras garantin.

Vid temporär införelse av utställningsvaror, varor till mässor, kommersiella varuprover och vissa yrkesutövningsutrustning kan man välja att använda sig av ATA- carnet (kan även användas vid post- och transittrafik). Vid användning av ATA- carnet dokumentet behövs ingen säkerhet ställas eller pengar deponeras för tull eller andra införelseavgifter och inga andra dokument än ATA- carnet bör uppvisas vid införelse eller utförelse av varan.

<Finnpro, 2010, 392>

11 EXPORTMETODER

Det finns otaliga mängder av exportmetoder, beroende på exportföretagets storlek måste företaget välja vilken metod som passar företaget bäst. I detta kapitel behandlas fyra olika exportalternativ: återförsäljare, agent, kommissionär och egen affär. Här presenteras även några marknadsföringsmetoder som skulle passa mindre företag som till exempel Noolan, företaget som behandlas i den empiriska delen.

11.1 Återförsäljare

Återförsäljare eller även kallad distributör är ett självständigt bolag som köper upp exportörens produkter och säljer varorna vidare i återförsäljarens eget namn, med exportörens varumärke. Det kan även förekomma att återförsäljaren säljer exportörens produkter vidare under eget varunamn eller varumärke. Detta betyder att när återförsäljaren köper exportörens varor, så blir återförsäljaren ägare till dessa produkter.

Genom att använda en återförsäljare riskerar exportören att bli mera anonym på marknaden. Det kan även uppstå problem om exportören vill byta återförsäljare eller starta ett eget säljbolag om återförsäljaren äger varumärket som exportörens produkter förknippas med. Å andra sidan så är återförsäljare ett säkrare val i och med att återförsäljaren köper exportörens varor direkt, detta betyder att återförsäljaren betalar direkt till exportören. Valet att exportera via en återförsäljare innebär ett mindre risktagande för exportören. Samtidigt är återförsäljare ett bra val i och med en återförsäljare är oftast ett större bolag än till exempel en agent, detta betyder att återförsäljaren troligtvis har mera resurser för till exempel marknadsföringen.

Alltid när man använder sig av en återförsäljare bör det finnas ett skriftligt avtal för att reglera exportörens förhållande till återförsäljaren. I och med att återförsäljaren köper direkt från exportören så ska det finnas ett köpeavtal där bland annat leveranstid, specificeringar, betalningsvillkor och vilken valuta

framgår. Man kan även i köpeavtalet göra upp regleringar angående äganderättsförbehållanden.

Om exportören vill ha det minsta ansvaret och den största säkerheten att få betalt för sina produkter så är återförsäljare som exportmetod ett bra alternativ. För i och med att återförsäljaren köper produkterna direkt av exportören så är det återförsäljarens som har risktagandet ifall om det sker kundförluster eller kreditförluster. Men det är viktigt att komma ihåg att använda sig av återförsäljare så har man få möjligheter att påverka och ännu mindre möjligheter att styra återförsäljarens marknadsföringsmetoder.

Om man väljer att använda sig av en återförsäljare skall man göra upp ett distributörsavtal där man kan avgränsa inom vilka försäljningsområden som återförsäljaren har rätt att bearbeta kunderna. Det är viktigt att exportören känner till vilka lagar som gäller, speciellt viktigt är det att veta vilka lagar som gäller ifall om man vill säga upp distributörsavtalet. Innan man väljer att använda sig av en återförsäljare skall man ha koll på vilka regler och paragrafer som gäller och speciellt viktigt att veta vilka lagarna är i återförsäljarens land.

<Garcia Berg, 2000, 40-42>

11.2 Agent

En agent fungerar som en oberoende mellanhand som företräder en eller flera exportörer. Hur stort ansvar agenten har regleras oftast genom ett avtal mellan exportören och agenten. Agentens främsta uppgift är att fungera som en förmedlare mellan exportören och eventuella köpare inom agentens verksamhetsområde. Övriga uppgifter som kan tillkomma agenten beror på avtalet parterna emellan, ibland kan agenten ansvara för hela eller delar av marknadsföringen.

Agenten säljer exportörens produkter i exportörens namn till skillnad från återförsäljaren som kan sälja exportörens produkter i sitt eget varunamn eller varumärke. Ibland kan även agenten få större ansvar och bli avtalspart till den utländska köparen, detta betyder att agenten har rätt att underteckna kontrakt som

ingås, för detta skall vara möjligt bör agenten ha tillstånd från exportören. Däremot i vanliga fall så sker faktureringen direkt från exportören till köparen, på så sätt har exportören koll på vilka kunderna är och vad de behöver.

Äganderätten till produkterna har exportören ända tills produkterna är såld, detta betyder att agenten aldrig har juridiskt tillstånd till produkterna. Agenten har inga skyldigheter att hålla lager med exportörens produkter eller andra servicemöjligheter, men om exportören vill ge återförsäljaren större ansvar så bör det framgå i agentavtalet klart och tydligt vilka ansvar, rättigheter och skyldigheter avtalspartnerna har. Allt för att undvika att missförstånd skall förekomma.

Agenten får betalt för sitt arbete genom provision. Provisionens värde beräknas utgående på de förmedlade affärer som agenten gjort för exportören. Så det är viktigt att avtala om hur transaktionerna på värdet skall beräknas så båda parterna vet på vilka basis provisionen beräknas. Agenten kan utöver provisionen få ersättning för speciella tjänster som avtalats om mellan parterna.

Kundrisken står exportören för, alltså det betyder att det är exportören som står för risken ifall kunderna inte betalar. Därför är det viktigt att exportören gör upp klara betalningsvillkor samt gör kreditupplysningar på kunderna innan affären är avslutad. Exportören har alternativet att i agentavtalet avtala om att agenten får sin provision först efter att den slutgiltiga kunden har betalat, men detta måste avtalas mellan exportören och agenten redan vid utformandet av agentavtalet.

Agenterna skyddas av lagstiftningen, så det är viktigt att ta reda på hur lagstiftningen för agenter lyder i det aktuella landet. Det bästa sättet för exportören att skydda sig är att göra upp ett klart och tydligt agentavtal. Muntliga avtal är vanligt förekommande och fungerar ända tills en konflikt uppstår mellan parterna och då kan det bland annat vara risk för skadeståndsansvar.

I ett agentavtal skall det framkomma syftet och målet med samarbetet, det geografiska området som agenten ansvarar om, parternas rättigheter och skyldigheter, specificera vilket lands lag som skall efterföljas samt att avtala om hur tvister skall lösas. Det kan vara värt att anlita en jurist vid uppgörandet av

avtalet för att vara på den säkra sidan men det är viktigt att komma ihåg att juristen har ingenting att göra med hur ansvaret fördelas mellan agenten och exportören utan juristens uppgift är endast att se till att avtalet formuleras juridiskt rätt.

<Garcia Berg, 2000, 36-40>

11.3 Kommissionär

Kommissionär är i stort sett samma som agent, men skillnaderna är att kommissionären säljer exportörens produkter i eget namn medans agenten säljer under exportörens namn. En annan skillnad är att kommissionären har exportörens varor i kommission, vilket betyder att exempelvis så kan kommissionären visa upp exportörens varor i sin egen butik, men produkterna ägs fortfarande av exportören.

<Garcia Berg, 2000, 40>

11.4 Egen affär

Fastän man inte är medborgare i Liechtenstein är det möjligt att starta en verksamhet som är belägen i landet. Som utlänning finns det ändå vissa reformer att ta i beaktande. För det första måste man skilja på om företaget är kommersiellt verksamt i Liechtenstein eller om det endast har sin hemvist där men är verksamt på andra håll. Skillnaden är kravet på en kommersiell licens och beskattningen.

För att etablering krävs kontakt med en professionell förvaltare eller advokat från Liechtenstein. Byrån ”The Office of Land and Public Registration” har information om regler och formaliteter för att starta företagsverksamhet i Liechtenstein. Dessutom behöver man ansöka om en sorts kommersiell licens från ”the Office of Economic Affairs”.

<URL:www.liechtenstein.li>

11.5 Marknadsföring

Att marknadsföra ens företag, varumärke samt produkter och tjänster är ett sätt att visa att man finns, att tala om för kunderna att man existerar och att för att öka medvetandet om ens produkter eller tjänster. Det viktigaste med marknadsföring är att upprätthålla förtroende bland kunderna. Ett svagt och skadat förtroende bland kunderna kan vara ytterst svårt att återuppbygga, så det är viktigt att upprätthålla en välfungerande marknadsföring.

Vid export och marknadsföring i ett annat land är det viktigt att forska i kulturdragen för det specifika området, även språket är otroligt viktigt. När man startar med internationell handel och börjar exportera till utlandet bör åtminstone företagets hemsida finnas på engelska, så största delen av kunderna kan navigera sig på hemsidan. Om man väljer att marknadsföra sig i ett land som man inte känner så väl till är det bäst att anlita någon som känner till området för att undvika kulturmissar samt felöversättningar.

<Garcia Berg, 2000, 47-50>

11.5.1 Personlig promotion

Personlig promotion är när företagaren möter den potentiella kunden ansikte mot ansikte. Personlig promotion är en möjlighet att kunna få tillstånd en tvåvägskommunikation mellan företagaren och kunden. Detta sätt att marknadsföra sig tar tid och resurser. Man måste finna kunden, ta kontakt, boka ett möte, resa, följa upp mötet, ta emot beställningar, upprätthålla en god relation till kunden osv.

Personlig promotion är ett bra alternativ i och med man får en nära och förhoppningsvis trogen relation med kunden. Dock måste många förberedelser göras samt upprätthållandet av relationen tar även den mycket tid och resurser. Enligt tumregeln så behöver man ta kontakt med 100 eventuella kunder varav ca 10 % är intresserad men i slutet får företaget endast en kund.

<Garcia Berg, 2000, 50-51>

11.5.2 Mässor

Mässor är ett utmärkt sätt att komma i kontakt med flertal potentiella kunder inom företagets verksamhetsområde. Dock kostar mässor företaget en hel del så därför är det ytterst viktigt att noga planera vilka mässor man skall delta i samt veta när man ska göra det och varför man väljer att delta i den specifika mässan.

Det är viktigt att företagaren tar reda på vilka mässor som är de mest betydelsefulla inom den egna branschen. En metod att få reda på vilka mässor som passar ens företag bäst är att fråga ens kunder, vilka mässor de brukar besöka.

När man som företagare har funnit en mäsas som man vill delta i är det viktigt att planera noggrant redan från början. Man måste anmäla sig till mässan i god tid så att man får en bra utställningsplats på mässan, för de bästa platserna försvinner snabbt. Man bör även ta reda på vad som ingår monterpriset för ibland kan man få hjälp med att utrusta ens monter och även andra förmåner. Det är ytterst viktigt att ha en bra monterdesign så att eventuella kunder uppmärksammar den. Om man så vill finns det företag som är specialiserade på att forma och bygga monter.

Vid själva mässan bör man ha färdiga prislister samt informationsmaterial i form av till exempel broschyrer. Speciellt vid internationella mässor är det viktigt att ha informationsmaterialet på engelska. Det bör även finnas bemanning vid montern som är uppdaterad och har språkkunskaper att besvara på alla frågor som kunden kan tänkas ställa. En annan viktig sak att komma ihåg är att aldrig lämna montern obemannad, för eventuella kunder kommer inte att ställa sig och vänta på att få betjäning.

Vid mässor finns det några punkter som är viktiga att tänka på. Dessa är:

- Montern bör aldrig vara tom. Planera bemanningen av montern noggrant.
- Gör upp klara mål om vad du vill åstadkomma under mässan. Efter mässan ska du checka och se om du lyckats nå målen.
- Planera vilka marknadsföringsaktiviteter som du vill göra före och under mässan, exempelvis tävlingar, inbjudningar och pressreleaser.
- Efter mässan bör du planera in uppföljningen av de kontakter du knöt under mässan.

- Se till att du genomför alla de löften såsom offerter, information, prover osv. som du utlovat under mässan

<Garcia Berg, 2000, 51-54>

11.5.3 Varumärken

Den starkaste tillgången ett företag kan ha är ett starkt varumärke. Genom ett starkt varumärke kan företaget skilja sig från mängden samt tydligt och klart kommunicera företagets erbjudande till marknaden. Det är dock förutsatt att företagets varumärke förknippas med något positivt för att varumärket överhuvudtaget skall kunna skapa en konkurrenskraftig identitet. Genom ett starkt och positivt varumärke kan företaget få en identitet på marknaden. Det är ytterst viktigt att vårda företagets varumärke annars så kan det leda till svåra konsekvenser som kan göra det svårt för företaget att i framtiden knyta nya kontakter.

I dagens läge har varumärkets betydelse fått en allt större inverkan på marknaden. Varumärket kan till och med anses vara en konkurrensfördel för företaget, dels i juridisk mening i och med att företaget har ensam rätt till varumärket. Ett starkt och välkänt varumärke har ett stort värde kommersiellt. Därför är det ytterst viktigt att företaget utvecklar, vårdar samt skyddar deras varumärke.

<Garcia Berg, 2000, 54-56>

EMPIRISK DEL

12 SYFTE OCH INNEHÅLL

Vår empiriska del kommer att basera sig på företaget Noolan i Jakobstad, och hur deras internationaliseringsprocess skulle se ut om företaget bestämde sig för att expandera sin verksamhet till Liechtenstein. Vi har intervjuat grundaren, Vd:n och huvuddesignaren Marja Rak och kommer att utifrån intervjun presentera Noolan och dess verksamhet. Vi kommer att se på, hur företaget ser ut idag inom flera områden, samt undersöka olika exportmetoder och förhoppningsvis finna ett alternativ som skulle passa företaget. Vi kommer även att fundera på marknadsföring samt möjliga kunder och återförsäljare i Liechtenstein.

Vi valde att kontakta Noolan, eftersom de tillverkar och säljer exklusiva klädesplagg, som vi tror skulle passa Liechtenstein och dess invånare. Vårt mål är att den empiriska delen även skall kunna vara till hjälp för andra företag som är intresserade av Liechtenstein som marknad.

13 NOOLAN

Ordet Noolan betyder ”nordanvinden” på lokal dialekt. Noolan är en designstudio, som tillverkar kläder och accessoarer. Materialen på kläderna som används mest är linne, kokt ylle och filt. Marja Rak är både vd och designern för Noolan. Tillsammans med hennes man Jonas Rak grundade hon företaget för ungefär tio år sedan. Hon utexaminerades från konstindustriella högskolan 1995. Som examensarbete designade och tillverkade hon en kollektion kläder gjorda av fiskskinn tillsammans med Eva Rahikainen. Materialet är dock inte så aktuellt just nu i Raks kollektioner, eftersom materialet är dyrt och kläderna är svåra att framställa.

Noolan har sitt huvudkontor och en egen affär i Jakobstad och har mellan 20 och 25 återförsäljare runt om i Finland. De flesta av de finländska återförsäljarna har själv tagit kontakt och visat intresse för att sälja Noolans kläder. I Helsingfors finns det också en egen butik som öppnades den första april 2009. Valet att öppna en affär i Helsingfors var ett ganska stort risktagande för företaget, men efter snart två års tid går affären fortfarande bra och Rak behöver inte ångra sitt beslut. Noolans produkter tillverkas i Karleby, norr om Jakobstad och i nuläget har företaget ett tiotal anställda i Finland, både direkt och indirekt.

Det tog ungefär två år från idé till att företagets brand formades till vad det är idag. 2003 tog företaget fart då Marja Rak sade ja till att ha en modevisning på Baltic Yachts 30-årsjubileum med många inbjudna lyxjaktägare. Då hade hon bara några få plagg att visa upp men snabbt fick hon ihop en hel kollektion till modevisningen, som var en succé. Försäljningen satte igång och Rak sålde flera plagg till segelbåtsmiljonärerna. Detta säger en hel del om hurdana Noolans kunder är. Åren efter började Noolan delta i modemässan i Helsingfors.

Med tre barn som alla är under femton år gamla, har det inte alltid varit lätt att kombinera företagsamhet och familjeliv, men Rak är glad åt att både hon och hennes man är inblandade i företaget och de stöder varandra genom stressiga tider.

<Rak 14.12.2010>

13.1 Produkter och kunder

Noolans kläder är menade att passa vid alla tillfällen. Kläderna är stilrena med en enkel design och med hög kvalitet. Idén bakom plaggen är hållbarhet och en stil som inte går ur mode. Det här och materialen som används gör Noolan till ett ekologiskt tänkande företag. Färgerna som används är ganska neutrala och få. De har sex olika färger för linne och fyra för ylle. Just nu finns ungefär 60 olika modeller som kan fås i alla storlekar. Kläderna är främst tillverkade för kvinnor men åldersgruppen är däremot stor. De passar till kvinnor i alla generationer och till nästan alla tillfällen.

Kollektionerna ändras inte konstant, istället ser man vilka plagg som säljer bra och om något går dåligt ås tas det bort ur kollektionen. Då och då kan en ny design komma fram. Raks idé är att samma plagg kan användas i vardagssituationer och med rätta accessoarer även till fina fester. Ett bevis på detta är att hennes kläder till och med har syns på självständighetsbalen i presidentens slott vid ett par tillfällen. Till exempel då konstnären Ulrika Ferm bar ett av hennes designplagg och då Rak själv var inbjuden till presidentbalen år 2010.

I dagens läge är målgruppen främst kvinnor, men det är en möjlighet att expandera kollektionen också till män och barn, men det är inte aktuellt just nu utan nu fokuserar Noolan mest på att expandera på den finska marknaden. Efterfrågan på Noolans produkter finns och ibland kan Marja Rak få in specialbeställningar av kunder och på så sätt tillverkar företaget kläder vid behov och önskningar av kunderna.

Rak har inte hittat någon kollektion som skulle motsvara hennes idé. Det man kan tänka sig kan räknas som konkurrens är andra inhemska designade kläder, men Noolan är det enda som tillverkar sina i ylle, linne och filt.

<Rak 14.12.2010>

13.2 Internationellt

Företaget har nu åtta återförsäljare i Norge, tio i Sverige och fyra i Holland. I dessa tre länder finns även agenter. Förutom dessa länder säljs produkterna även till Belgien och Japan. Exporten ökar och det finns många nya möjliga marknader för Noolans produkter. I december 2009 var omsättningen 454 000 euro, men den har stigit sedan dess och ligger nu över halvmiljonsstrecket.

Just nu är det viktigt att koncentrera sig på hemmamarknaden för Noolan, men det hindrar inte från att skapa kontakter även utomlands. Företaget har många olika möjligheter och flera marknader med stort potential. Nu gäller det för Marja Rak att hitta den bästa vägen ut i världen. Noolan har deltagit i mässor bland annat i Düsseldorf. Det var via en sådan mässa kundkontakter till Japan kunde knytas.

Internationella konkurrenter kan inte heller Rak komma på att finns. Utomlands är det kanske i så fall den finska designen och ursprungslandet Finland man marknadsför och det finns det andra som också har. Noolans nisch är ändå så speciell att heller ingen direkt konkurrent finns utomlands.

<Rak 14.12.2010>

13.3 Marknadsföring

På våren 2010 belönades Marja Rak med Taito-priset. Det är det mest betydande priset i Finland för företag som är verksamma inom hantverk. I december 2010 fick Rak dessutom Finlandspriset på 30 500 euro för sina konstnärliga talanger. Priserna är väldigt prestigefyllda inom den här branschen. De skapar uppmärksamhet och ger på samma gång en sorts garanti om för att företaget har lyckats inom sin bransch.

2010 var Marja Rak och hennes man Jonas Rak bjudna till presidentbalen. Självklart bar hon en av sina egna designade plagg och publiciteten var nyttig även där. I en intervju med YLE från presidentbalen säger Marja och Jonas Rak att de är mycket glada över prisen och inbjudan till balen. Publiciteten har ökat, och Noolans namn börjar bli mycket välkänt i landet.

Marja Rak blev även nominerad till årets österbottning, vilket visar vilket intryck hon har på lokalbefolkningen och det finska folket kan vara stolta över den skickliga designern. Noolans kläder sågs även i Eurovision Song Contest 2010 då gruppen Kuunkuiskaajat representerade Finland klädda i klänningar designade av Marja Rak.

Marja Rak deltar i många mässor i Finland och också i resten av Europa, för att marknadsföra Noolan, men hon litar även mycket på gott rykte och att ordet skall sprida sig. I Finland har förlitningen på rykten fungerat bra. Utomlands däremot behövs ändå mer initiativtagande och mässor kan vara en viktig väg till större kunder även om det är dyrt och alltid innebär en ekonomisk risk. En mässa utomlands tar flera dagar och kan kosta upp till 10 000 euro, vilket är en stor förlust om man inte lyckas få nya kunder.

Noolan har en mycket snygg och informationsrik hemsida på internet som Jonas Rak sköter, men angående försäljning via internet tror de ännu inte är någon bra idé. Den skulle kräva minst en heltidsanställd och dessutom är kanske inte produkterna passande för internetförsäljning. Det finns däremot en sida på internet som heter Finnish Design. Där säljs bland annat märken som Arabia, Marimekko, Hackman, Iittala och 87 andra kända och mindre kända finska brands. Rak har varit i kontakt med dem och funderat på att eventuellt sälja produkterna via Finnish Design. På sidan kan man se att produktgruppen för kläder är ganska liten.

<Rak 14.12.2010>

13.4 Framtidsplaner

Marja Raks verksamhet började hemma hos henne på vinden men har nu formats och utvecklats till något mycket större. Rak siktar inte på att massproducera sina kläder och sälja dem i stora mängder. Hon vill hellre att Noolan blir ett välkänt varumärke, och att de kunder hon får återkommer och köper mer av hennes kollektioner. Noolan skall växa som varumärke mer än försäljningssiffror och bli vida känt runt om i världen.

Företaget har stort potential att växa inom många områden. Möjligheterna är många, speciellt nu då företaget börjar få en mycket stadig grund i Finland och fler risker kan tas. I år flyttas affären och huvudkontoret i Jakobstad till en större lokal i staden vilket betyder att Noolan känns mer säkert som företag och investeringar kan därmed göras, men vilka områden som skall fokuseras på är ännu lite oklart.

Inom fem till sex år hoppas Marja Rak på att öppna en egen affär i Stockholm, men det är än så länge bara tankar. Det är ändå ett mål att bli mera etablerad och mera känd i Europa.

<Rak 14.12.2010>

13.5 Noolan till Liechtenstein

Vi ser fyra möjliga metoder för Noolan att etablera sig i Liechtenstein. Dessa fyra är: direkt till återförsäljare, via en agent, via en kommissionär eller en egen affär.

13.5.1 Återförsäljare

I dagens läge exporterar Noolan främst sina produkter genom återförsäljare och möjligheten att finna en återförsäljare i Liechtenstein finns. Återförsäljare är kanske det bästa alternativet för Noolan, i och med att det är ett litet företag som i nuläget inte planerar att spendera stora resurser på export, utan försöker expandera på hemmamarknaden istället. Genom att använda sig av en återförsäljare minskar ansvaret för Noolan och företaget får betalning direkt från återförsäljaren. Det finns dock risker med återförsäljare som exportmetod. I och med att Noolan strävar efter att bygga upp ett välkänt varumärke kan försäljning via återförsäljare göra företaget mera anonymt och deras varumärke kan bli bortglömt.

Om Noolan vill fortsätta med återförsäljare som exportmetod och vill finna en återförsäljare i Liechtenstein är det viktigt att skriva ett säkert och lagenligt avtal. Detta för att säkra företaget om att deras varumärke bibehålls så att inte återförsäljaren säljer Noolans produkter under sitt eget varumärke. Med tanke på

att Noolan är ett unikt företag, som erbjuder unika produkter så är det ytterst viktigt att det är Noolans varumärke som säljs och inte återförsäljarens.

Vi har funnit tre butiker belägna i Liechtenstein som eventuellt kunde vara återförsäljare för Noolan. Dessa tre heter Boutique Cinderella, Brogle Fashion och Faoro Moda. Vi kommer nu att presentera dessa tre möjliga återförsäljare som har försäljning i Liechtenstein. Här presenterar vi dem utifrån information från deras hemsidor.

13.5.1.1 Boutique Cinderella

Boutique Cinderella Donna har sin affär i tre städer, två i Schweiz (Chur och Bad Ragaz) och en i Liechtenstein (Vaduz). Cinderella Donnas sortiment innehåller kläder och accessoarer av senaste mode och också klassiska stilar. Enligt deras hemsida vill de kunna klä kvinnor för alla tillfälle, både till fest och till vardags. Deras stil och affärskoncept kunde passa Noolan väldigt bra. De säljer lite exklusivare kläder med bra kvalitet till en kundgrupp som är beredd att betala lite mer.

Cinderella Donna sätter inte sitt eget märke på kläderna, utan marknadsför alla ursprungliga brand. Beroende på affär kan sortimentet se lite olika ut. I Vaduz i Liechtenstein säljer Cinderella Donna följande märkesvaror:

Annette Görtz

Anteprima

Artigiano

Belstaff

Goldsign

Huberman's

NYDJ

Odd Molly

Pamela Henson

René Lezard
St. Tropez
Velvet
120% Lina Donna

<URL:<http://www.boutiquecinderella.ch>>

13.5.1.2 Brogle Fashion

En annan möjlig återförsäljare i Liechtenstein är Brogle Fashion. De behåller också klädernas ursprungliga brand, och har märken som passar bra ihop med Noolan utan att de ändå konkurrerar med varandra. Ägaren, Philipp Brogle, är mycket intresserad av nya trender och nya märken som kommit ut på marknaden. Brogle Fashion säljer kläder för både kvinnor och män. Här är en del av de märken som säljs av Brogle Fashion.

Closed	Etiqueta Negra
Lacoste	Candice Cooper
La Martina	Philipp Plein
Orwell	0039 Italy
George Gina & Lucy	For All Mankind
Airfield	AJ Armani Jeans
Princess goes Hollywood	Moncler
Bikkembergs	Nicowa
Aeronautica	Marc O'Polo
Nationality	Woolrich
Guess	Lauren Moschi

<URL:<http://www.brogle-fashion.li/>>

13.5.1.3 Faoro Moda

Faoro Moda är en modeaffär i Schaan, Liechtensteins största stad som ligger intill huvudstaden Vaduz. De har inte lika omfattande hemsida som de tidigare nämnda, men utifrån den information som finns kan det här vara en passande återförsäljare för Noolan. Verksamheten är ganska liten, men verkar ha en stabil kundkrets. Precis som de andra behåller även Faoro Moda de ursprungliga märkena på kläderna som de säljer. Här säljs bland annat kläder med märkena:

Max Mara

Gerry Weber

Fuchs und Schmitt

S. Oliver Selection

Cambio

Mac

Opus

Oui

Passport

Apange

<URL:<http://www.faoromoda.li/>>

13.5.2 Agent

Agent är ett bra alternativ ifall Noolan är villiga att satsa lite mer resurser och tid på exporten av sina produkter. Genom agent är det enklare för Noolan att påverka försäljningen, marknadsföringen samt vara helt säker på att företagets varumärke bibehålls precis som Noolan vill. Det är enklare för företaget att påverka en agent än en återförsäljare, men risktagandet kan vara aningens större än återförsäljare. Genom att använda sig av agent så har företaget mera ansvar både när det gäller

kundkontakter samt leveranser. Samtidigt så är Noolan tvungen att betala provision till agenten.

En möjlighet för Noolan vore att finna en agent i Liechtenstein, som skulle kunna fungera som en agent för hela det tyskspråkiga området. Noolan har tidigare varit i kontakt med en person i Schweiz som har varit intresserad och kanske det vore en möjlighet att återuppta denna kontakt för att kunna expandera Noolans varumärke ut till centrala Europa.

13.5.3 Kommissionär

Detta är nog inget bra alternativ för Noolan. En kommissionär fungerar i stort sett precis som en agent men kommissionären säljer exportörens varor under sitt eget namn. Då är agent ett bättre alternativ för Noolan i och med att Noolan då kan behålla det egna varumärket och ha större kontroll över marknadsföringen samt hur deras varumärke uppfattas. För som tidigare nämnts så strävar Noolan främst till att bygga upp ett välkänt varumärke och då är nog inte kommissionär som exportmetod den bästa för företaget.

13.5.4 Egen affär

En egen affär i Liechtenstein skulle kunna lyckas för Noolan. Kunderna behöver inte vara många eftersom produkterna är i en högre prisklass och Liechtensteins invånare har en tendens att vilja ha lite mera lyx i sin tillvaro och dessutom är de flesta invånare väldigt förmögna.

För en affär inom modebranschen skulle det vara bra att befinna sig i endera Vaduz eller Schaan, de största städerna i Liechtenstein. Där ligger de flesta andra affärerna inom design och kläder som har lite högre prisklass och det är där befolkningen rör sig mest till fots.

För Noolan rekommenderar vi ändå inte att starta en affär direkt. Det kan vara svårt byråkratiskt, ekonomiskt och praktiskt. Språket och att hitta rätt och passande personal och butikschef kan vara svårt utan kontakter. Däremot om till exempel försäljningen via återförsäljare går riktigt bra, kundkretsen blir stabil och

bra kontakter är skapade, så är det inte omöjligt att öppna en egen Noolan- affär i Liechtenstein.

13.5.5 Marknadsföring

Det finns mängder av marknadsföringsmetoder att välja men vi har valt att bara behandla de metoder som vi tycker skulle passa ett företag som Noolan. Dessa metoder har även tagits upp tidigare i teoridelen så att läsaren får en bättre bild om var metoden egentligen handlar om.

13.5.5.1 Personlig promotion

Personlig promotion är inget bra alternativ för Noolan på grund av att det tar väldigt mycket tid och resurser. I vår intervju med grundaren Marja Rak framkom det klart och tydligt att Noolan inte är villig att spendera varken för mycket tid eller resurser på den internationella handeln. De fokuserar främst på hemmamarknaden i nuläget samtidigt som de nog har ögonen öppna för nya internationella kontakter. Dock kommer nog inte Noolan att vilja börja spendera stora mängder tid eller resurser för att försöka sig på personlig promotion, för som nämnts i teoridelen så är tumregeln den att av hundra personliga kontakter så är det endast en som i slutändan blir kund. Så denna metod är allt för tidskrävande för Noolan.

Samtidigt är det viktigt att komma ihåg att i Liechtenstein värdesätts personlig kontakt, de föredrar att träffa den eventuella handelspartnern personligen för att vara säker på att personen i frågan är genuint intresserad att idka affärer tillsammans. Detta är den enda orsaken till att Noolan kunde välja denna marknadsföringsmetod.

13.5.5.2 Mässor

Den främsta marknadsföringsmetoden som Noolan använder sig av i nuläget är mässor, speciellt när företaget vill knyta kontakter till utlandet. Detta är ett bra alternativ att nå ut till internationella kontakter och kunder, men som tidigare nämnts i teoridelen och som även Rak nämnde i intervjun är att mässor är väldigt kostsamma. Det är inte endast själva mässan som kostar utan även resan till mässan samt löner för samtliga representanter för företaget. Sen tillkommer även hotell- och transportkostnader, kostnader för mat och så vidare.

I det stora hela är mässor ett utmärkt sätt att nå ut till flera potentiella kunder och även att bli mera känd inom branschen. Den enda nackdelen är dock kostnaderna. Så om Noolan vill fortsätta och är villiga att satsa resurserna på mässor så finns det mässor inom Noolans verksamhetsområde i bland annat Schweiz. I Liechtenstein däremot finns det inga mässor inriktad på kläde- och modebranschen, men det finns alltid möjligheten att knyta kontakter till Liechtenstein via mässor i närområdet som exempel i Schweiz och Österrike. Blickfang i Schweiz och Brandboxx i Österrike är två slags mässor i närområdet som verkar inom modebranschen och skulle kunna passa Noolan. Även CPD mässan i Düsseldorf i Tyskland, är en bra chans att komma in på den tyskspråkiga marknaden.

Blickfang är en internationell årlig designmessa som visar upp artiklar som möbler, smycken och mode. Mässorna hålls varje år och 2011 ordnas de i Stuttgart, Basel, Wien, Tokyo och Zürich. På mässorna brukar delta mellan 150 och 220 olika designare inom olika områden. Att delta i Blickfang mässan skulle kunna vara en chans för Noolan, att ge sig in på flera marknader runt om i världen. Det beror förstås på vad för slags kunder som deltar i mässan och vad de som besöker den är intresserade av, men det hör till förundersökningarna att ta reda på.

<URL: <http://www.blickfang.com/>>

Brandboxx Salzburg är en mässa i Österrike för sport, skor och mode. Här deltar ungefär 200 företag och 430 olika märken representeras på ett 20 000 m² stort

område. Salzburg ligger ungefär fyra timmar från Vaduz i Liechtenstein. Den här mässan skulle kunna vara en bra chans för Noolan att möta möjliga agenter och skapa kontakter. Flera agenter från de tyskspråkiga områdena i Europa kommer till Salzburg för att visa upp märken de representerar.

<URL:<http://www.brandboxsalzburg.at/>>

CPD Fashion Fair är en modemässa i Düsseldorf i Tyskland drygt sex timmar från Liechtenstein. Mässan är kanske inte riktigt i närheten Liechtenstein men det är fortfarande en del av den tyska marknaden och viktiga kunder kan fås samt kontakter skapas. CPD mässan samlar designare och återförsäljare, säljare och köpare, på ett och samma ställe på en internationell nivå.

<URL: <http://www.igedo.de/>>

13.5.5.3 Varumärken

I intervjun med Marja Rak kom det fram, att företaget inte strävar till att bli ett enormt företag med en massproduktion av sina produkter. Istället vill Noolan främst utveckla ett starkt och välkänt varumärke. Företaget vill ha lojala kunder som uppskattar den unika designen som Noolan har. Man kan redan i nuläget konstatera att Noolan verkligen lyckats etablera ett starkt varumärke på hemmamarknaden. Nu återstår dock den internationella marknaden.

För att etablera ett starkt varumärke i Liechtenstein skulle Noolan vinna på att satsa på hela den tyskspråkiga marknaden i och med att det har framgått att Liechtenstein är starkt påverkade av sina grannländer, speciellt av Schweiz. Dock är Liechtenstein unik på så sätt att befolkningen i furstendömet har väldigt höga inkomster och de värdesätter unika och hög- kvalitets produkter. Så vi personligen tror att om Noolan skulle lyckas att i Liechtenstein etablera samma varumärke som företaget har i hemlandet, skulle de finna ett flertal lojala kunder. Att förknippa Noolan med "Finnish design" och det ekologiska skulle även det gynna företaget positivt.

Liechtenstein har även ett stort antal turister som besöker landet årligen och om Noolan produkter skulle finnas att fås i landet skulle troligtvis ryktet om Noolan spridas. Liechtenstein har inte endast många turister från närområdet som Tyskland och Schweiz utan även många besökare från bland annat Storbritannien, Italien och U.S.A. Vilket kanske kunde ge Noolan en bra start på andra marknader.

13.6 Slutsats

Noolan har stort potential att ta sig in på olika marknader i världen, hålla sig kvar och sedan expandera. Speciellt i centrala Europa finns det en efterfrågan på sådana unika produkter som Noolan har att erbjuda. Om Noolan skulle lyckas bygga upp ett så välkänt och genuint varumärke som företaget har gjort på hemmamarknaden skulle företaget med stor sannolikhet lyckas i centrala Europa.

Efter att ha fått mycket information om företaget i sig och efter att ha forskat i Liechtensteins marknad samt själva bott i furstendömet i fem månaders tid, kan vi konstatera att Noolan och befolkningen i furstendömet verkar passa mycket bra ihop. Befolkningen i Liechtenstein är konservativa, noggranna och uppskattar kvalitet samt har en klassisk stil. De pratar inte om pengar men visar upp sin förmögenhet på sin image. Deras hus, bilar, prylar och modet är ett bevis på detta. Liechtenstein kanske inte blir en storköpare av Noolans kläder, men det är ett bra ställe att bygga upp ett varumärke på och på så sätt få lojala kunder som verkligen uppskattar produkterna. Liechtenstein är en marknad där det räcker med ett fåtal trogna kunder för att verksamheten skall lyckas. Furstendömet är en liten marknad med stora möjligheter.

Ett alternativ för Noolan skulle kunna vara att till en börja ta kontakt med eventuella återförsäljare och se hur de bemöter produkterna. Ifall någon av dessa är intresserad att börja distribuera deras produkter kan Noolan diskutera tillsammans med dem vad de tycker skulle vara bästa sättet att nå ut till de liechtensteinska kunderna. En konkret början för Noolan skulle kunna vara att ta kontakt med de tre butiker som vi fann i Liechtenstein och som vi tror kunde vara eventuella återförsäljare till Noolan.

Det finns även möjligheten att finna en agent som skulle vara intresserad att bli Noolans agent inom det tyskspråkiga området och på så sätt nå Liechtenstein marknad. Detta alternativ skulle också gynna Noolan på andra marknader än endast Liechtensteins. Dock är detta alternativ nog inte det bästa i nuläget i och med att Noolan inte är så intresserad att spendera allt för mycket tid och resurser på en eventuell handel till utlandet, utan främst vill fokusera på att expandera på hemmamarknaden.

Det är upptill Noolan att bestämma hur mycket företaget är villigt att satsa både tidsmässigt och resursmässigt men efter att ha färdigställt detta lärdomsprov tror vi att Liechtenstein kunde vara en bra marknad att starta på ifall företaget vill börja expandera till utlandet. Liechtenstein är beläget mitt i Europa och har stora mängder av turister som kan sprida ryktet om Noolan och deras varumärke vidare. Även Liechtensteins nära kontakt med grannländerna skulle hjälpa Noolan att sprida deras varumärke till bland annat Österrike och Schweiz och på så sätt kunna expandera marknaden utomlands.

14 SLUTORD

I vårt arbete har vi tagit reda på fakta om Liechtenstein inom många områden och behandlat det viktigaste som har att göra med handeln. Vi har även kontaktat ett österbottniskt företag, Noolan, som skulle kunna passa marknaden i Liechtenstein. Förhoppningsvis skall vårt lärdomsprov väcka ett större intresse om furstendömet bland företag, speciellt för verksamheter i Finland som inte ännu verkar ha hittat dit. Målsättningen är också att väcka intresset bland organisationer som finns för att ge råd om företags export, såsom till exempel Viexpo och Finnpro. Vi har redan kommit i kontakt med Kajsa Emmerich som jobbar på Viexpo i Jakobstad och vars arbetsområde är den tyskspråkiga marknaden och hon är intresserad att ta del av vårt lärdomsprov för att få större kunskap om Liechtenstein som handelsmarknad.

Liechtenstein är ett mycket intressant land med många möjligheter, dock är furstendömet inte det första alternativ som företag kommer att tänka på, när de vill expandera på den europeiska marknaden. Beroende på bransch behöver man inte alltid söka upp de nationer eller städer med flest invånare. Ibland kan det löna sig att leta upp ställen med hög levnadsstandard och ett högt BNP, vilket Liechtenstein har. Alla branscher passar förstås inte för den här speciella marknaden, men ändå fler än man vad man skulle kunna tro.

När vi skrev det här arbetet kunde vi inte hitta ett enda finskt företag som är verksam i Liechtenstein. Det hoppas vi kommer att ändras i framtiden. Som förslag till vidareforskning kunde man göra en marknadsundersökning för en speciell grupp av produkter eller tjänster och verkligen få resultat på vad konsumenterna eller återförsäljarna i Liechtenstein vill ha.

Idén bakom forskningsområdet utformades redan under sommaren 2010 då vi båda studerade i Hochschule Liechtenstein. Vi funderade länge på forskningsmetod och på hur vi skulle bygga upp den empiriska delen. Med hjälp av vår handledare, Helena Blomquist, kom vi i kontakt med Marja Rak från Noolan.

Som avslutning kan vi konstatera att vi är nöjda med detta lärdomsprov. Vi har sammanställt uppdaterad information om Liechtenstein på svenska som tidigare endast funnits på engelska eller tyska. Vi hoppas att Noolan kan få nytta av detta lärdomsprov samt att vår forskning kan hjälpa andra företag som är intresserade av Liechtenstein. Vi önskar att genom vår kontaktperson på Viexpo och via hemsidan www.theseus.fi kunna nå ut till fler företag i Finland.

15 KÄLLFÖRTECKNING

15.1 Elektroniska databaser

Blickfang mässa [online]. Uppdaterad 2011 [Hänvisning 31.1.2011]. Tillgänglig i form av www-dokument <URL: <http://www.blickfang.com/>>

Boutique Cinderella Donna [online]. Uppdaterad 2010 [Hänvisning 31.1.2011] Tillgänglig i form av www-dokument <URL:<http://www.boutiquecinderella.ch>>

Brandboxx Salzburg mässa [online]. Uppdaterad 2011 [Hänvisning 1.2.2011]. Tillgänglig i form av www-dokument <URL:<http://www.brandboxxsalzburg.at/>>

Brogle fashion [online]. Uppdaterad 2011 [Hänvisning 31.1.2011]. Tillgänglig i form av www-dokument <URL:<http://www.brogle-fashion.li/>>

Bureau of Consular Affairs 2010.Traffic Safety and Road Conditions [online]. [Hänvisning 17.9.2010]. Tillgänglig I form av www-dokument <URL:http://travel.state.gov/travel/cis_pa_tw/cis/cis_1034.html#traffic_safety>

Business Link. Practical advice for business. Liechtenstein [online]. [hänvisning 9.9.2010]. Tillgänglig i form av www-dokument <URL:<http://www.businesslink.gov.uk/bdotg/action/detail?type=RESOURCES&itemId=1083417144&lang=lzldzixzl>>

Central Intelligence Agency. Tillgängligt i form av www-dokument <URL:<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ls.html#top>>

- Liechtenstein – Communications [online]. Uppdaterad 12.8.2010 [hänvisning 14.9.2010].
- Liechtenstein – Econmy [online]. Uppdaterad 12.8.2010 [hänvisning 14.9.2010].
- Liechtenstein – People [online]. Uppdaterad 12.8.2010 [hänvisning 27.9.2010].

CPD mässa [online]. Uppdaterad 2011.[hänvisning 1.2.2011] Tillgänglig I form av www-dokument <URL: <http://www.igedo.de/cpd/en/Trade-Fair.html>>

Encyclopedia of the Nations. Europe. Liechtenstein. Tillgängligt i form av www-dokument.

- Industry [online]. Hänvisning 20.9.2010
<URL:<http://www.nationsencyclopedia.com/economies/Europe/Liechtenstein-INDUSTRY.html#ixzz103fZ86DH>>
- International Trade [online]. [hänvisning 20.9.2010].
<URL:<http://www.nationsencyclopedia.com/economies/Europe/Liechtenstein-INTERNATIONAL-TRADE.html#ixzz103UipbGb>>
- Liechtenstein [online]. [Hänvisning 29.9.2010]
<URL:<http://www.nationsencyclopedia.com/Europe/Liechtenstein.html>>
- Liechtenstein - banking and securities [online]. [hänvisning 5.10.2010]
<URL:<http://www.nationsencyclopedia.com/Europe/Liechtenstein-BANKING-AND-SECURITIES.html>>
- Liechtenstein - organisationz. [online]. [hänvisning 5.10..2010].
<URL:<http://www.nationsencyclopedia.com/Europe/Liechtenstein-ORGANIZATIONS.html>>

EUROPA- Tillgänglig i form av www-dokument

- Culture Portal. Liechtenstein [online]. Uppdaterad 3.6.2006 [hänvisning 6.9.2010].
<URL:http://ec.europa.eu/culture/portal/sites/eea/lichtenstein_en.htm>
- The transport protocol of the alpine convention [online]. Uppdaterad 5.12.2007 [hänvisning 19.9.2010]
<URL:http://europa.eu/legislation_summaries/transport/transport_energy_environment/124468_en.htm>

Expovera. CE- märkning [online]. Uppdaterat 21.11.2006 [hänvisning 20.10.2010]. Tillgängligt i form av www-dokument
<URL:<http://www.expovera.se/mentor/eu/cemarkning.htm>>

Faoro Moda [online]. Uppdaterat 2010 [hänvisning 31.1.2011]. Tillgänglig i form av www-dokument <URL:<http://www.faoromoda.li/>>

Finlands utrikesministerium. Finlands ambassad, Bern [online]. Uppdaterad 2.12.2008 [hänvisning 6.10.2010]. Tillgänglig i form av www-dokument
<URL:<http://www.finlandia.ch/public/default.aspx?nodeid=38796&contentlan=3&culture=sv-FI>>

Fürstentum Liechtenstein. Furstendömet Liechtensteins officiella hemsida. Tillgängligt i form av www-dokument.

- Agriculture [online]. [hänvisning 9.9.2010].
<URL:http://www.liechtenstein.li/en/liechtenstein_main_sites/portal_fuerstentum_liechtenstein/fl-wuf-wirtschaft_finanzen/fl-wuf-landwirtschaft.htm>
- Asset and income taxes of natural persons [online]. [hänvisning 6.12.2010].
<URL:http://www.liechtenstein.li/en/liechtenstein_main_sites/portal_fuerstentum_liecht>

enstein/fl-wuf-wirtschaft_finanzen/fl-wuf-steuern/fl-wuf-steuern-natuerliche_personen.htm>

- Company taxes of legal persons [online]. [hänvisning 6.12.2010]. <URL:http://www.liechtenstein.li/en/liechtenstein_main_sites/portal_fuerstentum_liechtenstein/fl-wuf-wirtschaft_finanzen/fl-wuf-steuern/fl-wuf-steuern-juristische_personen.htm>
- Encounter with a small state [online]. Uppdaterad 2009 [hänvisning: 8.9.2010]. <URL:<http://www.liechtenstein.li/en/pdf-fl-multimedia-information-li-buch.pdf>> sida: 1-8, 23-24, 77
- EU [online]. [hänvisning 7.10.2010] <URL:http://www.liechtenstein.li/en/liechtenstein_main_sites/portal_fuerstentum_liechtenstein/fl-staat-staat/fl-staat-aussenpolitik/fl-staat-aussenpolitik-multilateral/fl-staat-aussenpolitik-multilateral-eu.htm>
- FAQ – Economy [online]. [hänvisning 26.1.2011]. <URL: http://www.liechtenstein.li/en/portal_fuerstentum_liechtenstein-fremdsprachig/fl-fremdsprachig-home/fl-portal-faq-wirtschaft.htm>
- Geography and climate [online]. [hänvisning 7.9.2010]. <URL:http://www.liechtenstein.li/en/liechtenstein_main_sites/portal_fuerstentum_liechtenstein/fl-lik-liechtenstein_in_kuerze/fl-lik-landschaft-geographie-klima.htm>
- History [online]. [hänvisning 8.9.2010]. <URL:http://www.liechtenstein.li/en/pdf-fl-lik-geschichte-03_geschichte.pdf> . Sida 1-2,5
- History [online]. [hänvisning 7.9.2010]. <URL:http://www.liechtenstein.li/en/liechtenstein_main_sites/portal_fuerstentum_liechtenstein/fl-lik-liechtenstein_in_kuerze/fl-lik-geschichte.htm>
- Liechtenstein Chamber of Commerce and Industry - LCCI [online]. [hänvisning 7.10.2010] <URL: http://www.liechtenstein.li/en/liechtenstein_main_sites/portal_fu>
- Liechtenstein- Cultural Life [online]. Uppdaterat april 2009 [hänvisning 8.9.2010]. <URL:<http://www.liechtenstein.li/en/pdf-fl-multimedia-information-kulturleben-druck.pdf>> sida 10
- Liechtenstein – Germany [online]. Uppdaterad mars 2010 [hänvisning 7.10.2010]. <URL:<http://www.liechtenstein.li/en/search?pr=eli2&searchcatname=Topics&order=r&cq=&query=Germany>>
- Liechtenstein- Industry and manufacturing, [online]. [hänvisning 5.10.2010]. < http://www.liechtenstein.li/en/liechtenstein_main_sites/portal_fuerstentum_liechtenstein/fl-wuf-wirtschaft_finanzen/fl-wuf-industrie.htm >
- Liechtenstein – Switzerland [online]. Uppdaterat mars 2010 [hänvisning 6.10.2010]. <URL: http://www.liechtenstein.li/schweiz_e.pdf (sida 5, 9, 10) >
- Liechtenstein- Vacation and recreation country, [online]. Uppdaterat 20 Juni 2010 [hänvisning 29.9.2010]. <URL:<http://www.liechtenstein.li/en/pdf-fl-multimedia-information-ferien-druck.pdf>>
- Multilateral relations/International organisationz [online]. [hänvisning 5.10.2010]. <URL:http://www.liechtenstein.li/en/liechtenstein_main_sites/portal_fuerstentum_liechtenstein/fl-staat-staat/fl-staat-aussenpolitik/fl-staat-aussenpolitik-multilateral.htm>
- Municipalities [online]. [hänvisning 7.9.2010]. <URL:http://www.liechtenstein.li/en/liechtenstein_main_sites/portal_fuerstentum_liechtenstein/fl-staat-staat/fl-staat-gemeinden.htm>
- OSCE [online]. [hänvisning 5.10.2010] <URL:http://www.liechtenstein.li/en/liechtenstein_main_sites/portal_fuerstentum_liecht

enstein/fl-staat-staat/fl-staat-aussenpolitik/fl-staat-aussenpolitik-multilateral/fl-staat-aussenpolitik-multilateral-osze.htm>

- Policies and Measures [online]. [hänvisning 17.9.2010]
<URL:http://unfccc.int/resource/docs/natc/pam/liepam3.pdf>
- .Switserland [online]. [Hänvisning 6.10.2010].
<URL:http://www.liechtenstein.li/en/liechtenstein_main_sites/portal_fuerstentum_liechtenstein/fl-staat-staat/fl-staat-aussenpolitik/fl-staat-aussenpolitik-bilateral/fl-staat-aussenpolitik-bilateral-schweiz.htm> 5.10.2010
- UN [online]. [hänvisning 5.10.2010]
<URL:http://www.liechtenstein.li/en/liechtenstein_main_sites/portal_fuerstentum_liechtenstein/fl-staat-staat/fl-staat-aussenpolitik/fl-staat-aussenpolitik-multilateral/fl-staat-aussenpolitik-multilateral-uno.htm>
- Value added taxes [online]. [hänvisning 6.12.2010]. <URL:
http://www.liechtenstein.li/en/liechtenstein_main_sites/portal_fuerstentum_liechtenstein/fl-wuf-wirtschaft_finanzen/fl-wuf-steuern/fl-wuf-steuern-mehrwertsteuer.htm>
- WTO [online]. [hänvisning 5.10.2010]
<URL:http://www.liechtenstein.li/en/liechtenstein_main_sites/portal_fuerstentum_liechtenstein/fl-staat-staat/fl-staat-aussenpolitik/fl-staat-aussenpolitik-multilateral/fl-staat-aussenpolitik-multilateral-wto.htm>

Henk Bekker 2008. Travel to Liechtenstein in Europe [online]. Uppdaterad 2.4.2008 [hänvisning 14.9.2010]. Tillgänglig i form av www-dokument <URL:http://www.suite101.com/content/travel-to-liechtenstein-in-europe-a49637>.

Hochschule Liechtenstein 2010. Vision Hauptbahnhof Vaduz [online]. Uppdaterad 2010 [hänvisning 19.9.2010]. Tillgänglig i form av www-dokument <URL:http://www.hochschule.li/tabid/266/id/30538.67/default.aspx>.

Internet World Stats 2010. Liechtenstein [online]. Uppdaterad 29.6.2010 [hänvisning 17.9.2010]. Tillgänglig i form av www-dokument <URL:http://www.internetworldstats.com/euro/li.htm>

lerum.se. Liechtensteins näringsliv [online]. [hänvisning 15.9.2010]. Tillgängligt i form av www-dokument <URL:http://www.lerum.se/Invanarservice/Skolsidor/Lerums-gymnasium/Utbildning/Program/SP/Internationell-inriktning/30713/NaringslivWirtschaft/>

Liechtenstein in figures -2010. Tillgängligt i form av www-dokument. <URL:www.llv.li/pdf-llv-as-liechtenstein_in_figures_2010>

- Employment and income [online]. [hänvisning 20.9.2010].
- Energy [online]. [hänvisning 29.9.2010].
- Transport and Communication [online]. [hänvisning 16.9.2010].

LOWTAX.NET. Liechtenstein: Country and foreign investment regime. [online]. [hänvisning 6.9.2010]. Tillgänglig i form av www-dokument <URL:http://www.lowtax.net/lowtax/html/jlicfir.html läst 6.9.2010>

Michael Kuipers 2008. Liechtenstein Gets a TV Station [online]. Uppdaterad 24.8.2008 [hänvisning 13.9.2010]. Tillgänglig I form av www-dokument <URL:http://www.esctoday.com/news/read/12220>.

Principality of Liechtenstein. Tillgängligt I form av www-dokument.

- Berthold Konrad - Liechtenstein Today [online]. [hänvisning 9.9.2010]. <URL: http://en.welcome.li/liechtenstein.html>.

Regeringskansliet. Sveriges regeringskanslis officiella hemsida. Tillgänglig i form av www-dokument.

- Regeringens webbplats om mänskliga rättigheter. Organisationen för säkerhet och samarbete i Europa [online]. Uppdaterad 27.9.2010. [hänvisning 5.10.2010]. <URL:http://www.manskligarattigheter.gov.se/extra/pod/?action=pod_show&id=8&module_instance=6>
- WTO – historisk tillbakablick [online]. Uppdaterad 4.3.2010. [hänvisning 5.10.2010] <URL:http://www.sweden.gov.se/sb/d/2653/a/140875>

Svenska Ambassaden Bern. Ekonomi [online]. [hänvisning 7.10.2100]

Tillgängligt i form av www-dokument:

<URL:http://www.swedenabroad.com/Page_____112501.aspx>

Svenska riksdagen. EU- upplysningen. EES-avtalet [online] Uppdaterat 6.5.2010 [hänvisning 18.20.2010]. Tillgängligt i form av www-dokument <URL:http://www.eu-upplysningen.se/Amnesomraden/Handel/EES-avtalet/>

Travel.MapsofWorld.com. Transportation in Liechtenstein [online]. [Hänvisning 17.9.2010]. Tillgänglig I form av www-dokument <URL:http://travel.mapsofworld.com/liechtenstein/liechtenstein-travel/transportation-in-liechtenstein.html>

U.S. Department of State. Liechtenstein [online]. Uppdaterat 29.3.2010 [hänvisning 7.10.2010]. Tillgängligt i form av www-dokument <URL:<http://www.state.gov/r/pa/ei/bgn/9403.htm>>

Utrikespolitiska institutet. Landguiden. Tillgängligt i form av www-dokument <URL:<http://www.landguiden.se/>>

- Liechtenstein – Aktuell politik [online]. [hänvisning 6.10.2010].
- Liechtenstein – Ekonomi [online]. [hänvisning 5.10.2010].
- Liechtenstein – Geografi [online]. [hänvisning 7.9.2010].
- Liechtenstein – Massmedier [online]. [hänvisning 13.9.2010].
- Liechtenstein – Politik [online]. [hänvisning 7.9.2010].
- Liechtenstein – Utrikespolitik och försvar [online]. [hänvisning 7.10.2010].
- Liechtenstein – Äldre historia [online]. [hänvisning 7.9.2010].

WorldBusinessCulture.com. Doing business in Switzerland. Tillgängligt i form av www-dokument.

- Swiss Communication Styles [online]. [hänvisning 10.9.2010].
<URL:<http://www.worldbusinessculture.com/Swiss-Business-Communication-Style.html>>
- Swiss Dress Code [online]. [hänvisning 10.9.2010].
<URL:<http://www.worldbusinessculture.com/Swiss-Business-Dress-Style.html>>
- Swiss Management Style [online]. [hänvisning 10.9.2010].
<URL:<http://www.worldbusinessculture.com/Swiss-Management-Style.html>>
- Swiss Meetings [online]. [hänvisning 10.9.2010].
<URL:<http://www.worldbusinessculture.com/Business-Meetings-in-Switzerland.html>>
- Swiss Teams [online]. [hänvisning 10.9.2010].
<URL:<http://www.worldbusinessculture.com/Business-Teams-in-Switzerland.html>>

World Trade Organization. Trade policies by sector [online]. [hänvisning 13.10.2010]. Tillgänglig i form av www-dokument: <URL:http://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp308_e.htm>

1 FL TV 2010. [Online]. [Hänvisning 13.9.2010]. Tillgänglig i form av www-dokument <URL: <http://www.1fl.li/>>

15.2 Tryckta verk

Exportrådet. Söderman, Sten 1997. Exporthandboken – funktioner: Praktisktkunnande kring exportfrågor. Stockholm, Sverige.

Finnpro 2010. Laivauskäsikirja. Helsingfors.

Garcia Berg, Lena. 2000. Vidga din kundkrets – Exportrådet. Jönköping, Sverige.

15.3 Intervjuer

Rak, Marja, Vd och designer 14.12.2010. Noolan Oy, Jakobstad. Intervju.

16 KÄLLKRITIK

På grund av bristfällig och föråldrad information i tryckt form har vi varit tvungna att till största delen förlita oss på internetkällor. De internetkällor som vi använt är tillförlitliga, till exempel har vi till stora delar baserat detta lärdomsprov på information från furstendömet Liechtensteins egna officiella hemsida samt från "Encyclopedia of the Nations". Övriga internetkällor är även de tillförlitliga och den information vi hittat på dessa webbsidor överrensstämmer med varandra, vilket bevisar att informationen är korrekt och på så sätt har vi funnit goda källor att basera detta lärdomsprov på.

BILAGA 1

Intervjufrågor – Marja Rak

1. Berätta lite om dig själv.
2. Hur gick det till då Noolan grundades?
3. Hur skulle Ni beskriva produkterna och idén bakom företaget?
4. Vad har Noolan fått för priser och utmärkelser?
5. Hur fungerar marknadsföringen?
6. Hur många är anställda på Noolan?
7. Hur och när började försäljningen utomlands?
8. På vilka marknader säljs Noolans produkter nu?
9. Vad vet Ni om Liechtenstein?
10. Vilken typ av export använder Noolan?
11. Vilka kunder riktar sig företaget till?
12. Finns det konkurrenter i Finland och utomlands?
13. Vad är prisklassen på produkterna?
14. Hur ser framtiden ut?
15. Finns det möjlighet för försäljning via nätet?
16. Vad är nästa mål?

BILAGA 2

Viktiga internetsidor

www.liechtenstein.li – Liechtensteins officiella hemsidor

www.llv.li – Liechtenstein landsförbund (Endast på tyska)

www.finlandia.ch – Finlands ambassad i Bern

www.wirtschaftskammer.li – Liechtensteins handelskammare (Endast på tyska)

www.noolan.com – Noolans hemsida

BILAGA 3

Karta över Europa och Liechtensteins flagga



<URL:<http://www.liechtenstein.li/>>